

〈事例〉

## 農協中央會共販場

—現況，問題點 및 對策—

吳 相 洛

### 目 次

- I. 序 言
- II. 農協共販場의 役割
  - 1. 流通費用의 節減
  - 2. 農產物價格의 安定化
  - 3. 市場交渉力의 強化
  - 4. 商品性의 向上
- III. 農產物共販場의 現況
  - 1. 分布狀況 및 指定去來人 取級實績
  - 2. 共販場의 組織構造
  - 3. 共販事業 推進體系
  - 4. 共販場 事業實績
  - 5. 農協의 市場占有率 趨勢
- IV. 共販場 運營의 問題點
  - 1. 產地共同出荷體制의 未備
  - 2. 商品化計劃의 不徹底
  - 3. 販賣處理能力 및 販賣網 不備
  - 4. 類似都賣業者의 亂立
  - 5. 備蓄事業規模의 零細
  - 6. 流通情報活動의 未洽
- V. 共販場 運營의 改善對策
  - 1. 產地共同出荷體制의 確立
  - 2. 產地集送센터 및 消費地 配送센터의 設置
  - 3. 共販場의 施設擴充 및 增設
  - 4. 都賣市場組織의 整備
  - 5. 農協自家備蓄의 擴大
  - 6. 市場情報體制의 確立
  - 7. 研究開發事業의 推進

### I. 序 言

農協中央會 共販事業所는 農協組合員이 生產한 農產物의 共同出荷와 共同販賣를 誘導함

으로써 持續的인 農民利益의 增大와 消費者保護를 目的으로 設置 運營되고 있다. 종래 大都市에의 農產物 供給은 中央都賣市場法에 의해 株式會社形態의 中央都賣市場에서 民間代行業者가 一括 취급하여 来으나 1961年 7月 29日 公布된 農協法에 의해 農協의 販賣事業規定에 따른 農產物共販場이 消費都市에 設置 運營되 됨으로써 農產物의 主要流通機構는 農協共販場과 中央都賣市場을 中心으로 二元化되어 있다.

그런데 우리나라 全體 農產物의 流通額(즉 商品化額)이 1961年의 60,029百萬원에서 1974年의 1,006,900百萬원으로 約 17倍나 增加하였는데도 農產物 都賣市場組織은 아직 一部 重要都市를 제외하고는 組織化, 近代化되지 못하고 前近代的인 五日制市場이나 零細한 類似都賣業者를 中心으로 한 체제가 계속 維持되고 있기 때문에 資本設備가 미약하고 非衛生的이며 運送, 貯藏, 保管施設이 不充分할 뿐만 아니라 取級農產物의 選別, 標準化, 等級區分등이 徹底하지 못하여 公正하고 合理的인 市場去來를 보장하는 여건이 造成되어 있지 못하다. 이러한 狀況에서 農協共販場은 系統出荷, 共同販賣라는 組織機能上의 特性과 競賣制의 實施에 의한 近代的 販賣方式의 導入, 等級化, 規格化등에 의한 商品性의 向上, 저장, 수송기능의 수행등 질서있는 마아케팅(Orderly Marketing)을 솔선수범함으로써 우리나라 農產物流通의 組織化, 近代化를 促進하는데 크게 이바지 할 수 있을 것이다. 그러므로 農協共販場의 現況과 當面 問題點들을 파악하고, 보다 合理的인 共販場運營을 위한 諸般 改善對策을 講究해 나갈 필요가 있을 것이다.

## II. 農協共販場의 役割

### 1. 流通費用의 節減

農產物流通에 있어서 莫重한 位置를 차지하고 있는 農協共販事業은 農產物流通費用을 節減시키는데 큰 役割을 遂行할 수 있다.

첫째, 農協共販事業은 수 많은 農民들의 共同販賣로 이루어 지기 때문에 少數의 農民을 相對로 하는 一般商人보다는 自然去來單位가 大量化되며 大規模經濟의 有利性에서 當然히導出되는 바와같이 流通費用의 節減을 比較的 容易하게 實現할 수 있는 立場에 있다.

둘째, 農產物마아케팅過程에 있어서 產地蒐集商·搬出商 및 경우에 따라서는 小賣商과 加工業者의 마아케팅機能까지도 사실상 複合的으로 所有하고 있기 때문에 마아케팅費用 節減의 可能성이 크다.

세째 共通販賣事業을 통해 農產物의 合理的인 等級化, 各市場에 대한 適量供給, 農產物

加工業者와의 供給契約締結, 消費調查 및 販賣促進을 위한 廣告活動 등을 共同으로 行할 수 있으므로, 마아케팅이 보다 效率的으로 遂行되어 結果的으로 마아케팅費用을 보다 容易하게 節減시킬 수 있는 것이다.

## 2. 適正水準에서의 農產物價格의 安定化

農產物은 販賣量에 따라 生產調節이 可能한 工產品과는 달리 季節的인 生產이기 때문에 供給의 彈力性의 매우 낮다.

따라서 農產物은 대개 收獲期에 一時的으로 多量이 出荷되어 收獲期에는 出荷過剩으로 農產物價格이 暴落하는가 하면 端境期에는 供給過少로 價格의 暴騰을 招來하게 된다.

이와같은 激甚한 價格變動은 結局 生產者보다는 少數의 中間商人에게 有利한 結果를 가져다 주기 쉽다. 이와같이 農產物의 價格이 季節的으로 크게 變動하여 大部分의 農民들을 不利하게 만드는것은 農民 개개인이 分散되어 제각기 行動하기 때문이다. 그러므로 農民들이 農協共販事業을 통하여 農產物을 計劃的으로 出荷·販賣한다면 價格의 急激한 變動은 어느정도 調節될 수 있을 것이다며 따라서 價格의 平準化도 기할 수 있는 것이다.

## 3. 市場交渉力의 強化

우리나라의 農產物은 家族勞動 내지 小農의 生產의 產物로써 農民개개인이 生產해서 出荷하는 農產物의 數量은 極히 零細하다. 더구나 이들 孤立 分散的인 零細한 農業生產者들은 相互間에 燃烈한 販賣競爭을 할뿐 아니라 無計劃的인 出荷를 하기 때문에 商人資本이 容易하게 浸透할 수 있어 農民 스스로가 農產物價格의 下落 및 不安定을 招來하는 結果를 낳고 있다.

이와같이 多數의 零細한 農民들은 各其 分散販賣함으로써 農產物의 價格決定에 있어 대단히 不利한 立場에 놓이게 된다. 그러나 만약 農民들이 農產物을 共同販賣한다면 價格決定에 있어 農民側의 優位性을 確保하여 結果的으로 市場交渉力を 強化할 수 있게 될것임을 너무도 當然하다.

## 4. 商品性의 向上

農產物을 商品으로서 販賣할 경우 商品으로서의 價值가 높다는 것은 品質을 均一하게 하고 規格을 統一시킴으로써 消費者的 嗜好에 副應된 商品을 만들어 냅을 말하는 것이다. 그러므로 商品性向上은 우선 生產段階에서부터 비롯되어야 한다. 즉 病蟲害防除, 選別, 包裝, 荷造 등 出荷以前의 段階에서부터 統一的인 指導를 行하고 또한 農協이 中心이 되어

農業의 協業化를 推進하는 것은 이러한 면에서 큰 意義가 있는 것이다.

한편 共販場에 出荷되기까지의 流通段階에 있어서도 農協은 去來量이 많으므로 農產物을一定한 標準에 의하여 共同으로 等級化하고 選別하기가 쉬우며 貯藏・包裝 등으로 商品性을向上시킬 수 있는 素地가 매우 크다.

이와같이 農協의 共販場은 商品性을 向上시킴에 있어 매우 有利한 位置에 있는데 이는 生產者에게 有利한 價格으로 販賣할 수 있도록 하는 한편 消費者에게는 各其 所得水準과 嗜好에 따라 農產物을 選擇的으로 購買할 수 있는 與件을 造成할 수 있는 것이다.

## II. 農產物共販場의 現況

### 1. 分布狀況 및 指定去來人 取級實績

農協은 農協法에 의거 1962年이래 農協共同販賣機構인 農產物共販場을 設立하여 自由市場機構에 參여하고 있는데, 그 共販場의 分布狀況을 보면 全國五大都市인 서울・釜山・大邱・光州・大田에 10個所의 共販場 本場을 開設하고 있으며 그중 6個所가 서울에 開設되어 있다. 이러한 각 共販場 本場傘下에는 또한 多數의 分場이 設置되어 系統出荷農產物의 販路擴大 및 去來者的 便益을 도모하고 있으며, 특히 大邱共販場에서는 地方自治團體인 大邱市의 委嘱認可를 받아 農產物의 中央都賣市場業務를 代行하고 있다.

〈表-1〉 共販場分布狀況 및 指定去來人 取級實績

共販場	規 模(坪)		指定去來人數 (名)	1974年 取級實績(단위:千원)			設置年月日		
	基	地		年 間	個 人 別				
					年 間	日 間			
서 울	889	2,260	37	1,066,795	28,832	96	62.3.15		
龍 山	1,041	1,231	62	1,373,861	22,159	73	69.5.19		
中 部	662	2,108	53	1,258,848	23,751	79	63.6.29		
南 大 門	180	280	32	592,899	18,528	61	64.1.15		
清 凉 里	155	441	76	2,136,678	28,107	93	68.6.1		
永 登 浦	2,336	1,840	67	297,403	4,438	49	74.9.20		
大 田	1,388	1,518	30	533,452	17,781	59	62.6.15		
光 州	2,105	1,936	65	943,165	14,510	48	62.4.20		
大 邱	1,654	1,652	46	2,387,223	51,896	172	62.5.20		
釜 山	6,910	6,446	102	1,888,484	18,514	61	62.6.23		
計	17,320	19,712	533	11,412,013	21,410	71			

註: ① 年間 300去來人 基準

② 永登浦 83去來日基準

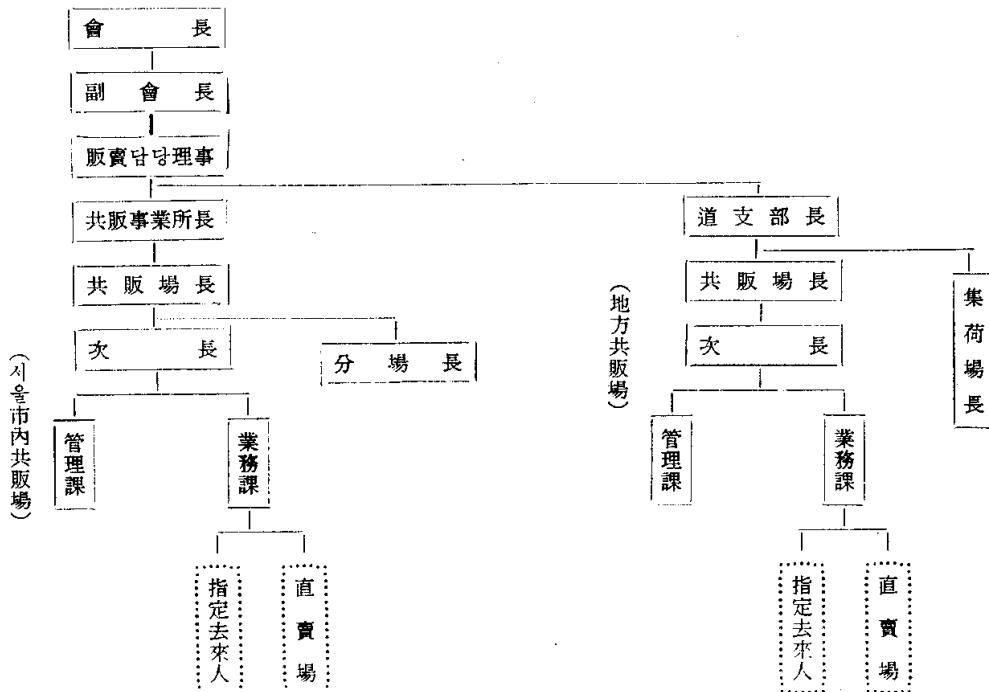
資料: 農協中央會

農協共販場은 系統出荷農產物의 迅速한 販賣處理와 都賣機能의 遂行을 위하여 各共販場마다 指定去來人을 두고 있는데 指定去來人的 總數는 1974年末 現在 533名이며 年間 總取扱實績은 11,412,013千원으로 나타났다. 여기에서 指定去來人이라 함은 共販場 所在의 都市內에 自己 店舗를 所有하는 商人으로서 共販場과 專屬去來契約을 締結하고 所定의 擔保를 提供하여 共販場內의 競賣에 參加할 資格이 있는 者로서 원칙적으로 仲買機能을 수행하나自己販賣도 行한다. 이러한 共販場 指定去來人的 年間 取扱實績이 가장 많은 共販場은 大邱共販場으로서 年間 2,387,223千원으로 全體共販場 取扱實績의 약 21%를 차지하고 있으며, 個人別 取扱實績을 보더라도 大邱共販場이 가장 많아 年間 51,896千원, 日間 172千원이다. 年間 取扱實績이 가장 적은 共販場은 最近에 開場된 영동포共販場을 제외한다면 大田共販場으로 年間 553,452千원이며, 側人別 取扱實績으로 보면 光州共販場이 가장 적어 年間 14,510千원, 日間 48千원이다.

## 2. 共販場의 組織構造

農產物共販場 職制規程에 따라 共販場은 다음의 業務를 분장하고 있다. ① 系統組合 및 系統組合員이 生產하는 農畜產物과 同 加加工品의 販賣 ② 穀價調節用糧穀 및 備蓄 農畜產物

〈圖-1〉 共販場 組織圖



의 販賣 ③ 所管未受債權 및 在庫資產의 管理 ④ 기타 目的達成에 必要한 事項,

이러한 業務를 分장하는 共販場 職員의 定員과 共販要員의 職務, 人事, 服務, 給與 등에  
관한 事項은 農協中央會 會長이 따로 정하도록 되어 있다. 共販場의 會計는 獨立採算制를  
原則으로 하며 計算事務는 各 共販場, 分場, 集荷場別로 實施하게 되어 있다. 그리고 地方  
共販場은 道支部 소속하에 두며 業務運營의 管理에 관하여 道支部長이 지휘 감독하고 있다.

下買組織으로는 指定仲買人, 賣買參加人, 委託販賣人이 있다. 指定仲買人이란 共販場에  
出荷된 農產物을 自己名義로 願買者를 위하여 賣買를 하고 所定의 手數料를 받고자 하는  
者중에서 共販場長이 指定한다. 賣買參加人이란 共販場에 出荷된 農產物을 自己計算으로  
賣買하고자 하는 者중에서 共販場長이 指定한다. 委託販賣人이란 共販場의 委託을 받아 出  
荷된 農產物을 自己名義로써 共販場의 計算으로 販賣하고자 하는 者중에서 共販場長이 指  
定한다.

### 3. 共販事業 推進體系

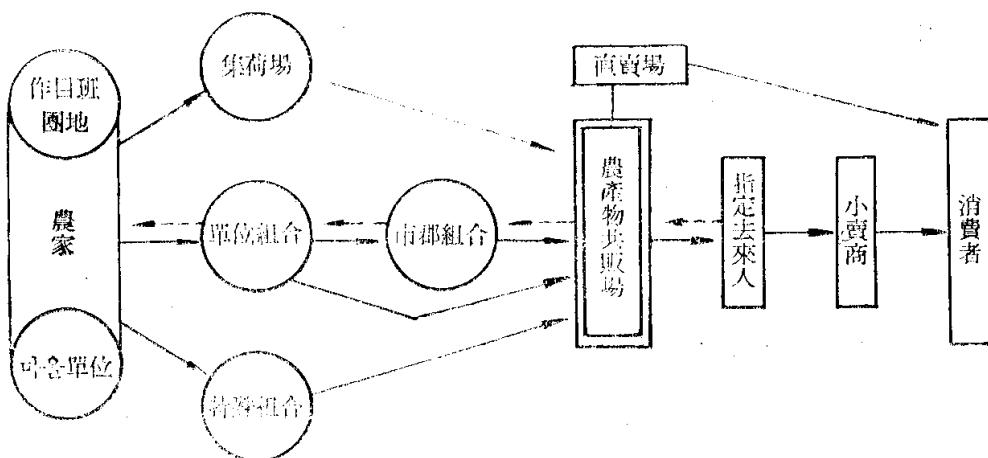
農協은 系統出荷의 擴大와 產地出荷의 組織化를 도모하고 나아가 農業生產의 計劃化를  
위하여 1972年부터 400個의 示範作目班과 542個의 一般作目班을 單位組合의 生產出荷組織  
으로 組織하였고 1973年에는 1,883個의 示範作用班과 1,575個의 一般作目班을 組織하여 技  
術 資金 資材등을 지원, 이를 育成함으로써 產地의 協同生產組織을 擴大시켜 나가고 있다.  
또한 農協은 1971年 6月 1日을 기하여 忠北 玉山集荷場을 비롯한 6個所의 農產物集荷場을  
京釜 및 湖南高速道路邊에 設置하였으며, 全國 郡農協, 特殊農協 및 單位農協에 1,684個所  
(1974年末現在)의 販賣場을 設置, 農產物系統販賣組織을 強化하였다. 그리고 單位組合, 特  
殊組合, 市郡組合 및 共販場은 農協倉庫業法에 의거 農村地域의 農產物 保管事業을 實施하  
고 있으며 또한 加工施設 및 選別, 包裝施設을 擴充함으로써 產地 物的流通施設의 擴大를  
기하고 있다.

農家所得增大 및 消費者價格의 安定을 위하여서는 糜穀直賣場과 果實・蔬菜類 直賣場을  
設置運營하고 있는데 糜穀直賣場은 全國主要都市에 總 892個所(1974年 6月 30日現在)가 設  
置되어 있으며 青果・蔬菜 直賣場은 서울市內 6個 共販場안에 開設되어 콩 보리 쌀 고추 마  
늘 사과 계란 파 무우 배추 등 9個 品目을 取扱하고 있다.

이러한 組織體系아래 農產物共販場을 통해 流通되는 農產物의 流通經路를 品目別로 살펴  
보면 다음과 같다.

農協의 糜穀販賣機構의 基本組織은 單位農協이나 郡農協의 販賣場과 高速道路邊 集荷場

&lt;■-2&gt; 共販場을 통한 農產物流通經路



이 产地의 蔬果 및 搬出을 擔當하고 5대都市의 農產物共販場이 中繼機能을 遂行하여 糧穀直賣場과 指定去來人의 分散機能의 主體가 되는 것이다. 한편 穀價調節用 政府糧穀을 政府를 代行하여 放出하는 經路는 다음과 같다. 農水產部와 農協中央會間에 政府管理糧穀放出業務의 代行契約이 締結되고 이것이 各 管下機關에 下達되면 各 市郡農協 및 農產物共販場은 各 小賣商 및 小賣商地區組合(서울, 釜山 및 仁川에만 組織됨)으로부터 契約規定에 의한豫納代金을 収納한다. 各市郡農協과 共販場은 市郡糧特에 代金을 先納하고, 「糧穀出庫指令書」를 受配하게 된다. 그리고 市郡農協 및 共販場은 小賣商(혹은 同 地區組合) 및 直賣場에 糧穀受配指令을 各其의 納付金額에 따라 割當하고 各 小賣商(혹은 同 地區組合) 및 直賣場은 同 指令書를 政府糧穀保管倉庫에 提示하고 物量을 直接 引受하게 된다.

한편 農協을 通한 青果物의 流通組織은 다음과 같다. 产地農協이 生產者로 하여금 出荷青果物을 種類別 規格別 等級別로 區分하여 農產物検査法과 農協所定의 檢查規定에 의해 檢查한 후 一括 受託・蒐集하여 共販場에 出荷하게 된다. 이때 产地農協은 青果物 共同販賣를 위한 集荷機能은 물론 生產資金의 融資, 營農資材의 共同購入 및 生產技術指導 등의 綜合的 流通機能도 遂行하게 된다. 그리고 이와같이 产地農協을 通해 系統出荷되었거나 近郊生產者의 直接出荷에 의해 共販場에 集荷된 青果物은 指定去來人에게 公開競賣시킨다. 代金決済는 競落人(즉 指定去來人)이 納付하는 販賣代錢에서 諸費用 및 手數料를 差減한 후 農民預金口座에 自動入金시키게 되는데 精算期間은 대체 3~5日 程度이다. 또한 共販場과 指定去來人과의 代金決済는 現金去來를 原則으로 하되 指定去來人으로 하여금 去來開始前에 根抵當을 設定케 하고 一定限度까지의 外上去來도 許容하고 있다. 取扱手數料는 1973年 현재 7% 水準(對農民還元手數料 1.5% 포함)이다.

한편 農產物은 1974年 5月 20日에 開設된 農協畜產物共販場을 통한 새로운 流通經路가 개척되었는데, 肉類의 경우 段階別 流通經路를 보면 飼育農家→農協(畜協)→畜產物共販場→食肉商 혹은 綜合直賣場→消費者의 經路를 밟게 된다.

이상과 같은 大量集荷 및 大量分散機能을 수행하는 共販場 組織을 통한 農協流通經路의 特色은 中間段階의 短縮과 流通處理의 迅速化로 流通費用의 節減과 共同販賣方式에 의한 市場交涉力의 強化로 農家受取價格이 提高되며, 中間操作에 의한 物量損失을 防止할 수 있어 農家所得의 向上은 물론 農產物價格의 安定과 消費者保護에 크게 寄與하고 있다.

#### 4. 共販場 事業實績

〈表-2〉 農產物種類別共販實積 (단위 : 千원)

品目 年度	穀類	政府糧穀	果類	菜蔬	畜產物	備蓄	其 他	計
1962	536,209	—	132,085	203,667	—	—	—	871,961
1963	639,036	—	279,521	247,953	—	—	—	1,166,510
1964	1,831,764	—	520,122	391,571	—	—	—	2,743,457
1965	3,278,258	4,000,278	673,817	360,477	—	—	—	8,312,830
1966	4,024,055	9,350,738	746,244	575,242	80,110	—	—	14,776,389
1967	3,692,638	12,585,226	914,615	702,305	141,068	—	—	18,035,852
1968	4,098,303	20,598,067	1,207,891	918,861	119,507	—	—	26,942,179
1969	9,065,651	37,619,801	1,716,404	1,385,465	220,165	—	31,900	50,039,386
1970	8,065,331	48,822,587	2,049,793	639,637	132,304	1,457,794	215,444	62,382,890
1971	14,381,994	79,545,358	2,796,682	1,699,046	75,446	425,887	428,716	99,353,129
1972	10,292,169	62,506,812	3,224,800	2,628,155	63,098	1,305,367	3,587	80,023,988
1973	13,697,174	51,790,286	4,392,869	3,379,626	252,623	1,310,813	176,392	74,999,783
1974	23,326,149	113,948,429	6,331,145	4,828,008	1,339,637	755,428	269,211	150,798,007

資料 : 農協中央會

共販場의 事業實績은 每年 꾸준한 成長을 보여 1974年度의 事業實績은 1962年 對比 무려 173배나 增加되었으며 이를 類別로 보면 穀類가 全體 共販場 事業實績의 약 91%를 점유하고 있으며 그 다음으로는 果類 4.2%, 菜蔬類 3.2%, 畜產物 0.9%의 順序이다. 그런데 政府糧穀을 제외한 系統米의 去來額은 1974年 共販場 去來額의 15.5%에 이르고 있다. 이와 같이 農協을 통한 農產物 流通規模가 每年 크게伸張되고 있는 것은 農協組織을 통한 大量集中取扱으로 集荷, 包裝, 等級區分, 保管, 輸送 등의 諸操作이合理화됨으로써 流通費用이 節減되고 또한 選別, 重量, 規格의合理화에 의한 商品의品質保障과公正한去來질서의 유지등이 可能하기 때문이다.

## 5. 農協의 市場占有率 趨勢

〈表-3〉 年度別 市場占有率 趨勢

(단위 : 億원)

區 分	年度別	1966	1968	1970	1972	1974	1975	1977	1979	1981
總農產物生產額		4,299	4,972	9,913	11,712	17,420	21,782	33,545	51,662	81,816
總農產物商品化額		1,784	2,330	3,391	6,110	10,069	12,917	20,899	33,735	55,880
農	中央會	124	182	322	510	981	1,251	2,900	5,300	10,000
協	郡組合	24	36	53	97	307	582	1,100	2,000	3,700
取	特殊組合	25	52	30	165	283	519	1,000	1,800	3,000
拔	單位組合	3	2	5	31	508	878	1,500	2,900	5,300
	小計	52	90	88	293	1,098	1,979	3,600	6,700	12,000
	計	176	272	410	803	2,079	3,230	6,500	12,000	22,000
	市場占有率 (%)	9.9	11.7	12.2	13.1	20.6	25.0	31.0	35.5	39.5

資料：農協中央會

앞에서 본바와 같이 農協은 共販場을 거점으로한 農協系統出荷의 擴大와 共同販賣處理의 能率化를 위해 全力を 傾注해 왔으며 이에 따라 農協의 市場占有率은 1966年의 9.9%에서 1974년의 20.6%로 增大되어 우리나라 全體農產物의 5분의 1이 農協을 통해 流通되고 있음을 알 수 있다. 더구나 農協은 앞으로도 다양한 마아케팅戰略의 開發導入에 주력하고 있으므로 1975年에는 시장점유율이 약 25%에 이를 것으로 예상되고 있으며 1981年에는 39.5%까지 市場占有率을 올릴 수 있도록 事業目標를 設定, 推進하고 있다.

〈表-4〉 都市別・品目別 市場占有率 趨勢(1972年)

(단위 : %)

都市別	品目別	穀類	果類	菜蔬類	畜產物	其 他	合 計
서울		7.0(64.4)	19.7	6.5	0.1	0.2	5.8(32.7)
釜山		4.3(25.9)	30.3	6.2	—	0.2	4.8(19.6)
大邱		3.6(25.4)	63.9	8.0	—	0.3	5.6(18.9)
光州		8.7(22.6)	62.2	7.0	—	—	8.8(17.7)
大田		16.2(45.6)	25.7	6.6	—	0.3	12.2(30.7)
合 計		6.4(45.1)	28.3	6.6	0.1	0.3	5.9(27.3)

註：穀類項目中 ( )內는 政府糧穀을 포함한 것임

資料：農協中央會

農協의 都市別 市場占有率(政府糧穀제외)을 봄 때에는 大田이 12.2%로서 제일 높으며 다음이 光州의 8.8%이며 나머지 서울, 釜山, 大邱는 모두 平均이하의 市場占有率을 보이고 있다. 그리고 品目別로 본 市場占有率(政府糧穀제외)은 果類가 28.3%로서 가장 높으며

다음이 穀類, 菜蔬類의 順이다. 한편 穀類(政府糧穀제외)의 市場占有率을 地域別로 보면 大田이 가장 높아 16.2%이며 果類의 市場占有率은 大邱와 光州가 각각 63.9%, 62.2%로서 아주 높은 수준을 보이고 있고 나머지는 釜山, 大田, 서울의 順으로 모두 낮은 수준을 보이고 있다. 菜蔬類의 市場占有率은 5大都市가 모두 비슷한 정도인 6~8%수준의 占有率을 나타내고 있다. 그러나 畜產物의 市場占有率은 극히 저조하여 모두 0.1% 수준을 넘어서지 못하고 있다.

#### IV. 共販場運營上의 問題點

앞에서는 農協共販場의 現況을 중심으로 살펴보았다. 農協共販場은 農協共販事業의 據點으로서 뿐만 아니라, 민간유통기구의 先導的主體로서 農家販賣價格의 向上과 農產物價格安定에 크게 기여하여 왔다.

그러나 農協共販場運營을 보면 아직도 改善되어야 할 몇 가지 問題點이 介在되어 있다.

##### 1. 產地共同出荷體制의 未備

農協은 農產物生產의 計劃化・協業化와 產地出荷의 共同化를 推進하기 위하여 產地單位農協의 下部組織으로 作目班을 組織 育成하여 왔으며 이를 통한 系統出荷量로 구준한 成長實績을 거양하여 왔다.

그러나 아직도 이들 作目班에서 生產된 農產物의 상당부분이 農協 이외의 一般商人에게 販賣되는 事例가 허다하며 農協이 指向하는 一貫流通體系의 確立에는 아직도 크게 未達되고 있는 實情이다.

이와같이 作目班運營이 그 目標한 바를 充分히 達成하지 못하고 있는 理由로서는 作目班員의 農協利用에 대한 認識不足을 들 수 있겠으나, 그것보다는 農協共販組織의 連繫關係에 있어 有機的結合이 未洽한 점을 들 수 있다.

즉 作目班員의 生產・出荷에 대한 指導의 未洽을 비롯하여 生產・流通金融의 不足, 系統出荷獎勵制度의 未洽등 產地出荷의 確立을 위한 여러가지 難點이 介在되어 있는 것이다.

##### 2. 商品化計劃의 不徹底

農協은 1974年 10月 15日부터 出荷農產物에 대해 農產物検査法 施行令 第5條(検査業務의 委屬)에 의거 國定検查 業務를 위촉받아 市單位 이상에 來去되는 果實類(사과, 배, 단감,

률)에 대해 產地検査를 實施하고 있는데, 아직도 農產物의 等級・規格化, 選別・包裝의 改善 및 加工處理의 改善에 대한 農家の 認識不足와 選別專門要員의 不足으로 選別의 遂行이 徹底치 못하여 出荷品에 대한 一般의 不信을 초래하기도 한다. 또한 生產農家에서는 包裝材料의 高價 및 再使用不能으로 規格包裝을 기피, 輸送單位 為主의 包裝을 하고 있으며 여기에 더하여 一般商人은 오히려 物量, 品質上의 弄奸으로 不當利益이 可能한 非規格包裝品의 收買를 원하는 경향도 생기고 있다.

### 3. 販賣處理能力 및 販賣網 不備

農協共販場의 事業實績은 1970년의 624억원에서 1974년의 1,508억원으로 4年間에 2.4倍나 增加하였는데도 共販場數는 그간 1個所 밖에 增設되지 않았으므로 農產物 洪水出荷期에는 共販場 受容能力이 不足하며, 게다가 既存施設도 落後性을 면치 못하고 있는 實情이다.

그리고 青果物의 경우는 주로 仲買人에 의존하여 販賣가 이루어지는데 仲買人(全國總數 506名)의 活動이 零細함으로 해서 販賣網이 미약하다. 더구나 仲買人중에는 稅源露出을 꺼려 共販場과의 去來를 기피하는 경향도 있다.

### 4. 類似都賣業者的 亂立

1960年 이전에는 農產產 都賣市場이 一元化되어 農產物 都賣業務는 株式會社形態의 民間代行業者가 수행하였으며, 1962年 처음으로 釜山農協共販場이 開設된 것을 비롯, 그후에 서울 大田 大邱 光州에 農協共販場이 각각 設置됨으로써 農產物 都賣業務는 中央都賣市場, 農協共販場 및 類似都賣業者가 수행하게 되던중 다시 1973年 1月 農水產物都賣市場法의 制定公布로 都賣市場組織 및 施設의 近代化를 위한 制度的措置가 確立됨으로써 類似都賣業者의 都賣行為는 一切禁止되었고 따라서 1973年 이후 都賣市場은 二元化되게 되었다.

그러나 類似都賣業者の 都賣行為는 아직도 盛行하여 서울市內에만도 819個所(1973年 8月 31日 현재)나 되어 市場流通秩序를 문란하게 함은勿論, 價格造作 매점매석등을 자행하고 있어 農產物 流通改善에 커다란 장애가 되고 있다.

### 5. 備蓄事業 規模의 零細

현재 政府備蓄品目인 고추 참깨 마늘의 3品目에 대해서는 農協이 政府의 委嘱을 받아 備蓄을 實施하고 있는데 그 規模가 零細하며 (18억원) 備蓄時期・運營方法등도 適切치 못하여 價格安定에 效率的으로 對處하지 못하고 있다. 또한 農協自體 備蓄品目인 金針菜蔬 마

늘 계란 사과 침개 고추 等 6品目에 대해서는 약 6억원의 資金規模에서 운영되고 있으나 역시 價格安定을 充分히 이룩하는데는 資金의 限界性을 느끼고 있으며, 韓銀 短期借入資金에 주로 의존하고 있는 正租收買事業(1975年계획 100萬石)도 大部分 施設이 미비된 倉庫에 보관됨으로써 減量 損失이 큰 실정이다. 그리고 臨時 김장市場의 開設에 따른 場所選定에도 行政機關의 許可를 얻기가 어려운 難點이 많다.

## 6. 流通情報活動의 未洽

農協은 그동안 調查部에서 主要農產物 45品目에 대하여 共販場 所在 5大都市의 都賣價格과 共販場 落札價格을 每日 調査하여 KBS, MBC, TBC등 放送網을 통해 全國에 放送하는 한편, 1주일 간의 이들 時勢를 分析하여 「週間市場情報」라는 定期刊行物을 發刊 普及하였다. 그러던중 1975年 4月 10일에는 中央會 共販事業所內에 「流通情報센터」를 設置하여 上記의 都賣價格과 함께 主要產地의 時勢도 同時に 調査, 產地時勢와 消費地時勢의 連繫分析 및 自動電話應答裝置에 의한 24時間提報를 實施하고 있다.

더구나 調査部에서 發刊되던 「週間市場情報」도 情報體系의 統合化에 따라 「農產物流通情報」라는 題名下에 流通情報센터에서 增面發行되고 있다.

그러나 情報蒐集要員의 訓練不足과 提報方法上 아직도 不完全한 점이 많으며 系統組織間의 情報交換體系가 未洽한 實情이다.

## IV. 改善對策

### 1. 產地共同出荷基盤의 確立

農產物의 生產者도 역시 다른 工產品製造業者와 마찬가지로 效率的 마아케팅活動을 통해 이룩되는 市場需要創造의 原理를 理解할 필요가 있으며, 또한 自由市場機構의 非合理性를 배제할 수 있는 協同組合 마아케팅의 效率的 수행을 위한 共同販賣體制의 本質을 理解할必要가 있다. 실제로 있어서 生產農家는 一般商人과 直接 去來하는 것이 去來上 편리할 뿐만 아니라 신속하고 간단하게 이루어질 수 있다고 인식하고 있음이 사실이다. 그러므로 이러한 產地出荷農民의 희박한 系統出荷認識을 바른 方向으로 유도할 필요가 있다. 즉 農產物販賣에 一般中間商人이 마음대로 價格을 決定하는 結果를 초래하게 되면 農民의 自主性이 상신되므로, 生產農家에게 지속적인 共同販賣를 통해서만 이와같은 商人的 進出에 대하여自身을 방위할 수 있으며 또한 이 販賣方法을 통하여서만이 적극적인 農家經濟의 安定

과 向上을 기할 수 있다는 共同連帶意識을 양방시켜야 한다. 그러므로 共同販賣 意識確立을 위한 指導活動은 단순히 現 系統組合에 農產物을 集荷하는 運動이 라고만 理解시킬 것이 아니라 共同販賣의 本質的 意義를 農民 및 農協의 任職員은 물론 全國民에게 철저히 認識시켜 販賣事業의 統一性있는 體制를 확립시켜나가야 한다. 이러한 確固한 共同販賣意識이 확립된 후에야 비로소 各種 協同生產組織의 육성강화방안이 효율적으로 수행될수 있다. 그리고 이러한 協同生產組織의 育成은 作目班 및 營農團地의 造成와 契約栽培(加工・輸出用 農產物)의 擴大, 菜蔬의 경우에는 指定產地制度의 導入檢討 등을 고려하여야 한다. 또한 團產地의 育成強化방안으로서 品種 및 栽培技術의 統一的 指導를 위하여는 優良種子의 普及, 栽培技術의 共同導入, 共同栽培 管理施設의 設置 및 病蟲害의 共同防除 등을 系統組合을 통하여 擴大실시하도록 하여야 한다.

## 2. 產地集送센터 및 消費地配送센터의 設置

產地出荷農產物의 商品化計劃을 提高시키기 위하여 農協이 主導하는 農協 普及規格에 의하여 選別, 包裝된 出荷品에 대하여는 有利한 販賣處理를 보장하고 그 選別基準을 염격하게 함으로써 出荷者 스스로가 選別에 대한 重要性을 느끼도록 계속적으로 계몽해 나가야 한다. 그리고 穀物과 青果物의 主產地 管內에 있는 數個 單位組合 및 郡組合이 主體가 되는 產地集送센터를 설치하고 農產物의 檢查, 加工, 包裝, 出荷를 共同化함으로써 選別 및 產地包裝을 改善하여 商品化計劃을 提高할 수 있다. 이러한 產地集送센터를 設置하면 市場動向에 適應하는 計劃的 出荷와 低溫貯藏에 의한 出荷調整이 可能하며, 共販場과 產地의 直結去來가 可能해진다. 물론 穀物集送센터에는 掃精, 貯藏, 乾燥, 檢查, 包裝, 輸送施設 등이 필요하며 青果物 集送센터에는 選別, 檢查, 包裝, 輸送, 貯裝施設 等이 필요하다. 이와같은 農協 自體內의 檢查機能의 強化는 農協 共販事業의 持續的 成長을 위해 불가결하므로 農協自體 檢查員의 專門的 教育訓練에 많은 努力を 기울여야 한다. 그리고 現行 위촉검사제도를 自體檢査制度로 전환하여 共販場 出荷品만 檢查가 이루어 질 경우에는 檢查의 意義를 상실할 것이기 때문에 現行 國定檢査委嘱制는 一定期間 持續시킬 필요가 있다.

한편 서울 부산 등 大都市에는 트럭터미널, 荷役施設, 低溫・冷藏施設, 包裝施設 등을 갖춘 消費地配送센터를 설치함으로써 產地로부터 直送되는 農產物을 集中시키고 市內 農協共販場에 直配할 수 있는 供給基地를 設置할 필요가 있다. 이러한 消費地配送센터는 系統出荷 農產物의 中繼機能을 수행할 뿐만 아니라 集配의 計劃性 機動性을 높여주며 都市圈域內의 交通輻輳를 緩和시켜 줄 수 있을 것이다.

### 3. 共販場의 施設擴充 및 増設

急增하는 農產物流通額에 부응하기 위하여는 限定된 既存 共販場의 落後된 流通施設 部門(指定去來人店舗, 貯藏, 包裝, 輸送, 駐車施設 등)에 우선 投資하여 擴充시켜야 하며, 또한 中央都賣市場이 開設된 地域에는 農協共販場을 增設할 必要가 있다(對象地域은 13個市로서 仁川 水原 濟州 忠州 馬山 蔚山 慶州 浦項 木浦 麗水 全州 裡里 群山). 그리고 새로운 合理的인 流通經路를 開拓하기 위하여 農產物 直賣場을 增設하고, 수퍼마켓과 같은 大規模小賣商 및 大量需要處인 機關消費者(음식업체, 병원등)와의 長期供給契約의 체결을 推進할 필요가 있다.

또한 仲買人에 의한 競賣制度에만 依存하는 販賣에서 탈피하기 위하여 既存 大規模 青果 小賣商을 흡수하여 委託販賣制度를 弊行시킬 必要가 있다. 그리고 共販場 指定仲買人에 대해서는 그 零細性을 감안하여 稅制上의 特혜를 政府當局에 건의할 필요가 있다.

### 4. 都賣市場組織의 整備

우리나라에서 中央都賣市場에 관한 法令이 처음으로 制定 공포된 1923년만 하더라도 1都市 1市場制 原則에 따른 「單一市場制」의 適用이妥當視되었으며 이에따라 1都市에 1個市場만을 開設함으로서 一物一價의 法則이 어느정도 適用될 수 있었다.

즉 1923년 당시의 서울의 人口를 보면 8만여명에 불과하였으며 그 당시에는 都賣市場의 單一市場制適用이 오히려 現實의이 있다고도 볼 수 있을 것이다.

그러나 그동안 經濟發展에 따른 人口의 都市集中現狀으로 서울시의 現在 人口는 6百80萬名을 돌파하고 있으며, 매년 현저한 人口增加率을 나타내어 서울시는 巨大都市(megalopolis)로 비대해졌다. 한편, 大都市에 農產物을 供給하는 農業도 그동안 刮目할 만한 構造變動을 가져오게 되었다. 즉 最近에는 都市近郊 農業과 더불어 遠隔地農業의 活潑한 展開로 大都市 農產物 入荷量이大幅으로 增大하게 되었으며 大都市 農產物 入荷手段과 入荷經路도 극히 多樣化되고 있다.

따라서 이와같이 都市가 肥大 廣域化되고 農產物入荷量이 激增하는 同時에 入荷經路가 多樣化되고 있을 경우에는 農產物 需給의 원활화와 價格形成의公正化로 都市民에게 鮮度 높은 食料品을 迅速하게 供給하기 위해서 마땅히 「市場複數制」를 채택해야 할 것이다.

한편 이와같은 市場組織을 複數制로 할 경우 市場 運營主體를 1個의 民間 代行業者에 局限시키는 「一元制」를 채용할 것인가, 혹은 農協과 같은 生產者團體의 都賣行為를 認定하는 二元制를 採用할 것인가에 對하여는 그동안 많은 論亂이 展開되었으나 現實의in 點에서 볼

때는 마땅히 二元制를 採用해야 할 것이다.

즉 都賣市場 運營主體의 一元制를 採用할 경우에는 荷引競爭 등의 競爭關係가 결여된 獨占的 去來關係가 成立될 可能性이 크므로 독점사업의 폐해가 발생할 우려성이 있다. 이리하여 一元制下에서는 불공정한 去來가 行해질 공산이 크며 또한 公正한 價格形成이 이룩되지 않고 서비스가 저하될 위험성이 커지게 된다.

反面에 二元制를 採用할 경우에는 自由競爭에 의해 需給의 원활과 公正한 價格形成이 可能해질 뿐 아니라 出荷者와 中賣인에 대한 서비스도 向上되게 된다. 이와같이 二元制하에서는 서비스 競爭이 이룩되는 同時に 施設의 擴充을 위한 努力도 적극성을 띠게된다.

이와같은 二元制의 有利性에 비추어 볼때 우리나라로 現 農水產物 都賣市場과 農協共販場이 兩立하는 二元制로 都賣市場組織을 整備함으로써 資本主義의 競爭原理를 最大限으로 活用해야 할 것이다.

이경우 가장 時急한 當面課題로는 非合法的 都賣市場인 유사都賣市場의 整備를 들 수 있을 것이다.

周知하고 있는바와 같이 우리나라는 青果物의 流通量中 類似都賣市場을 經由하는 流通量이 압도적인 比重을 차지하고 있으므로 青果物 流通의 效率性을 提高시키는 同時に 都賣市場 運營主體의 二元制를 確立하기 위해서는 무엇보다도 우선적으로 類似都賣市場 整備에 착수해야 할 것이다.

이를 위해서는 첫째, 類似都賣市場을 원칙적으로 폐쇄해야 할 것이다. 즉 현재 大都市에 다수 設立되어 있는 類似都市場은 關係法令上 營業活動이 禁止되어 있는 非合法的 都賣市場이므로 青果物의 流通질서를 確立시키기 위해서는 同 類似都賣市場을 原則上 폐쇄하지 않으면 안된다.

둘째, 일부 類似都賣市場에 대해서는 正規都賣市場의 分場으로 개편해야 할것이다. 현재 開設되어 있는 類似都賣市場中 立地條件, 施設規模, 取扱物量 및 流通機能을 감안하여 그의 存續이 妥當한 것으로 看做되는 경우에는 同 市場을 分場으로 개편하여 시장폐쇄에 따른 부작용을 극소화해야 할 것이다.

세째, 類似都賣業者에 대한 規制를 強化해야 할 것이다. 類似都賣業者에 대해서는 지금껏 行政의 단속이 없지는 않았으나 同 단속은 散發的이고 미온적인 性格을 벗어나지 못하였다. 따라서 市場질서 確立上 類似業者를 強力히 단속하는 同時に 위반자에 대해서는 현행벌칙(3년이하징역, 또는 30만원 이하의벌금)을 적용해야 한다.

네째, 폐쇄된 類似都賣業者를 救濟할 수 있는 조치를 강구해야 할 것이다.

즉 實力 있는 類似都賣業者를 農水產物都賣市場의 中賣人이나 指定都賣人 또는 農協共販場의 指定去來人으로 吸收하는 등의 救濟方案이 마련되어야 할 것이다.

### 5. 農協自體備蓄의 擴大

政府備蓄에의 一方的인 의존으로부터 탈피하여 農協自體 備蓄事業을 強化하는 方向으로 전환하고 지속적인 農協事業이 되도록 資金 및 施設 面에서 長期計劃을 마련實施할 필요가 있다.

### 6. 市場情報體制의 確立

현재 서울 中心의 放送體制에서 8大都市의 時勢放送體制로 단계적인 전환을 이루하고 放送時間帶를 農民의 广播청취율이 높은 시각으로 變更調整할 必要가 있으며 또한 情報資料의 蒐集分析법위를 확장시켜 主產地別 農家販賣價格, 主產地別 또는 集荷地別 搬出動向, 主要消費都市의 搬入動向 및 主要 農產物市場의 在庫量등 까지도 포함해야 한다.

그리고 政府當局이 주관하는 農產物市場情報 전달부서의 設置가 필요하며 情報傳達手段도 組織化하여 각 放送局및 新聞社에 市場情報 專用 T/T의 設置가 요망되며 市場情報센터와 매스콤間의 市場情報의 교환 제공의 制度化가 시급하다.

### 7. 研究開發事業의 推進

農協이 主導하여 農產物에 대한 市場調查를 계속적으로 實施하고 農產物의 需要를創造할 수 있는 效率的 商品化計劃과 廣告 등의 促進活動에 대한 研究開發事業을 전담할 專門部署의 설치가 필요하다. 원래 協同組合마아게팅은 消費者에 대한 集團的 廣告를 통해서需要가 크게創造될 수 있는 農產物을 販賣하는 데 가장 적합하며 현재까지 美國에서 成功한 農產物로서는 사과 감귤류 포도 호도 친포도 배 계란 등이다. 이와같은 農產物은 대개 과거에는 대부분의 消費者들에 의하여 奢侈品으로 생각되어 왔으나 效果的인 商品化計劃과 강력한 廣告活動 등으로 그 需要去를 급격히 增大시켰던 것이다.

그러므로 이러한 協同組合마아게팅의 本質과 급속히 발전하는 科學的管理方法을 全販賣要員을 對象으로 定期的으로 教育 訓練시킴으로써 合理的 經營能力を 촉진시킬 필요가 있다.

(1975年 12月 脫稿)