

11강

원예산물의 유통

원예식물의 유통

- 유통은 생산 이후에 농산물을 소비자에게 공급하기까지의 모든 행위를 말한다. 유통행위를 통해 생산자, 소비자, 상인 등의 유통주체는 적정 이윤을 얻을 수 있다.
- 농업 경쟁력을 갖기 위해서는 상품의 생산도 중요하나 생산된 상품을 소비자에게 효율적으로 공급하고 상품의 가치를 극대화 시키는 마케팅과 유통전략이 있어야 한다.
- 최근 국내에서도 유통 여건 및 구조의 변화가 가속화되고 있어서 효율적인 전략수립이 요구되고 있다.

학습목차

1. 유통의 의의, 특성 및 기능
2. 유통조직과 유통경로
3. 유통여건 변화와 마케팅 전략
4. 원예산물 유통 개선

학습목표

1. 유통의 의의, 특성과 기능을 원예산물 중심으로 설명할 수 있다.
2. 원예산물의 유통조직을 구분하여 설명할 수 있다.
3. 경제, 사회적 환경 변화에 따른 유통여건의 변화와 이를 반영한 마케팅 방향에 대해 이해한다.
4. 원예산물의 유통 개선 방안에 대해 생각해 본다.

01

원예학

유통의 의의, 특성 및 기능



✳유통이란?

- 유통(流通, distribution)의 정의
 - 생산자에서 소비자에 이르는 과정에서의 경제행위
 - 생산과 소비 사이를 시간적·공간적·인식적으로 연결시켜 상품거래를 원활하게 조정하는 기능을 담당



*유통의 기능?

● 유통의 기능

- 상적(商的)기능: 구매, 판매, 수집 및 출하기능
- 물적(物的)기능: 수송, 저장, 보관 및 가공기능
- 거래조성기능: 표준화, 규격화, 등급화,
시장정보제공, 위험부담기능, 유통금융서비스지원



✽유통의 의의

- 생산자 : 소득의 극대화
- 소비자 : 좋은 상품구입
- 국가적 : 자본과 소득의 분배
- 고품질 농산물 생산과 품종 육성의 촉매역할
- 농민과 상인의 상호 의존적 관계를 형성하여,
- 생산자, 소비자, 상인 간의 이해관계 조절



Q1

농산물 유통의 특징에 대해
설명 부탁드립니다(p308).

1. 농산물은 가치에 비해 부피가 크고 무거워 운반과 보관에 비용이 많이 소요되고, 저장성이 낮고 운반 중에 쉽게 손상 가능
2. 생산과정 및 생산주기가 고정되어 공급이 특정 계절에 집중되고, 수확기에는 과공급 현상이 매년 반복.
또한 수확량은 그해 환경에 많이 좌우됨
3. 하지만 농산물은 필수재에 해당되기 때문에 농산물 유통에 정부의 정책적 개입이 높아 가격이 비교적 비탄력적임
4. 표준화나 등급화가 까다로움
5. 농산물 유통은 상대적으로 영세

Q2

원예작물에 대한 가격 탄력성 특징에 대해
설명 부탁드립니다.

★ 원예작물에 대한 가격 탄력성 특징

- 대부분의 주요 품목(다소비품목)에 대한 수요의 소득탄력성과 가격탄력성탄력성이 |1| 미만 (평균 0.47, -0.55)
- 소득이 증가 하거나 가격이 하락 하더라도 수요 증가폭은 미미
- 이는 필수재에 해당하는 품목에서 관찰되는 전형적인 지수임
- 부가가치를 높일 수 있는 방안 시급

참고

$$\text{수요의 소득탄력성} = \frac{\text{수요의 변동률}}{\text{소득의 변동률}}$$

$$\text{수요의 가격탄력성} = \frac{\text{수요의 변동률}}{\text{가격의 변동률}}$$

필수재 : 소득/가격 탄력성 < |1| , 사치품 : 소득/가격 탄력성 > |1|

✳ 원예산물의 표준화-규격화-등급화

- 국립농산물 품질관리원 : 농산물표준규격제정
- 항목 : 고르기, 크기(무게, 길이), 색택, 신선도, 결점정도를 고려하여 특, 상, 보통으로 구분
- 결점과는 중결점과(重缺點果)와 경결점과(輕缺點果)로 나뉘는데 품종이 다른 것, 모양이 좋지 않거나 농약피해 등으로 외관이 떨어지는 것, 병해충의 피해 및 상처 등의 정도 등으로 구분



1절 유통의 의의, 특성 및 기능

✽원예산물의 표준화-규격화-등급화 예_사과

[표. 국립농산물 품질관리원에서 정한 농산물 표준 규격(사과)]

3L	2L	L	M	S	2S
375g 이상	300~ 375g 미만	250~ 300g 미만	214~ 250g 미만	188~ 214g 미만	167~ 188g 미만

[표. 사과 품종의 등급별 착색비율]

품종	등급	특	상	보통
홍옥, 홍로, 화홍, 양광 및 이와 유사한 품종		70% 이상	50% 이상	30% 이상
후지, 조나골드, 세계일, 추광, 서광, 선홍, 새나라 및 이와 유사한 품종		60% 이상	40% 이상	20% 이상
쓰가루 및 이와 유사한 품종		20% 이상	10% 이상	

1절 유통의 의의, 특성 및 기능

*농산물 품질 관리제도

- 출처: <https://www.naqs.go.kr/main/main.do>

Q3

농산물 등급화의 장점과 단점에 대해
설명 부탁드립니다.

❖장점

- 매매자 간의 거래 시간 및 노력의 단축 등에 의한 유통비용 절감,
- 상품의 질에 대한 개념 공유로 생기는 적정가격 형성과 공정거래 촉진
- 등급 간 시장가격이 차별화에 의한 생산자의 고품질 생산에 대한 동기부여
- 소비자 선호를 반영한 상품화로 인한 판매시장 확대 및 안정화 등의 경제적 효과
- 거래의 공정성과 투명성 증대

Q3

농산물 등급화의 장점과 단점에 대해
설명 부탁드립니다.

❖ 단점

- 일부 품목에서는 산지 유통비용 증가
- 등급화 비용과다 발생

02

원예학

유통조직과 유통경로

✳ 유통조직

- 정의: 생산자와 소비자를 제외하고 유통과정에 관여하는 모든 조직을 의미
- 대부분 전문 유통조직이 관여하는 간접유통의 형태로 이루어 짐
 - 수집조직 : 생산물을 매입 및 수집해서 대량화를 담당
 - 중계조직 : 수집기능과 분산기능을 연계(도매시장조직),
가격형성에 중요 역할
 - 분산조직 : 경매에 참가하여 농산물을 구입 및 분산(도매 소매 조직)



✽ 유통조직 - 수집조직(산지유통)

- 일선농협, 영농조합법인, 농업회사법인, 지자체설립 지방공사
- 산지유통센터(APC, agricultural product processing center)
 - 농산물의 선별·세척·포장·예냉·저장·출하 등 상품가치의 제고를 위한 복합적인 기능을 수행하는 시설 (p313 참조)
 - 최근에는 품질관리, 마케팅과 수급조절에도 적극적인 기능을 담당

● 출처: <http://agritechs.blogspot.kr/2010/03/blog-post.html>



[그림. 음성 햇○○ 거점산지유통센터의 수박(좌) 및 복숭아 선별시스템(우)]

✽ 유통조직 - 중계조직

: 수집기능과 분산기능을 연계시켜 주는 도매시장조직.
농산물 가격 형성에 중심적 역할

- **법정도매시장**

- 농수산물 유통 및 가격 안정에 관한 법률에 의거해 설치된 도매시장.
중앙도매시장(광역시와 특별시에 설치함)과 지방도매시장으로 구분

- **공영도매시장**

- 법정 도매시장 중 정부와 지방자치단체가 공동 투자하여 시에서 개설하고 관리



[그림. 추석 앞둔 서울시내
농수산물도매시장]

- **민영도매시장**

- 민간인이 농수산물을 도매하기 위하여
시·도지사의 허가를 받아 시 지역에 개설

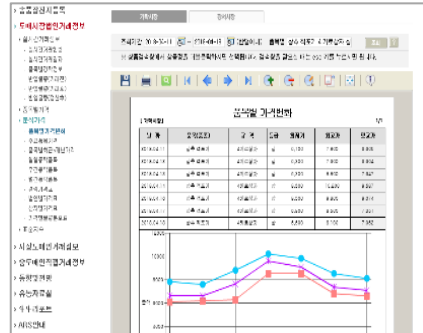
- **유사도매시장**

- 지역을 중심의 대규모 점포 형태로
자생적으로 형성된 시장.
현재 기능이 축소됨

● 출처: 이투데이

✽ 유통조직 - 도매시장의 기능

- 수급조절기능
- 가격형성기능
- 수집·집하 기능
- 분배·전달 기능
- 유통금융기능
- 유통정보 수집 및 전달 기능



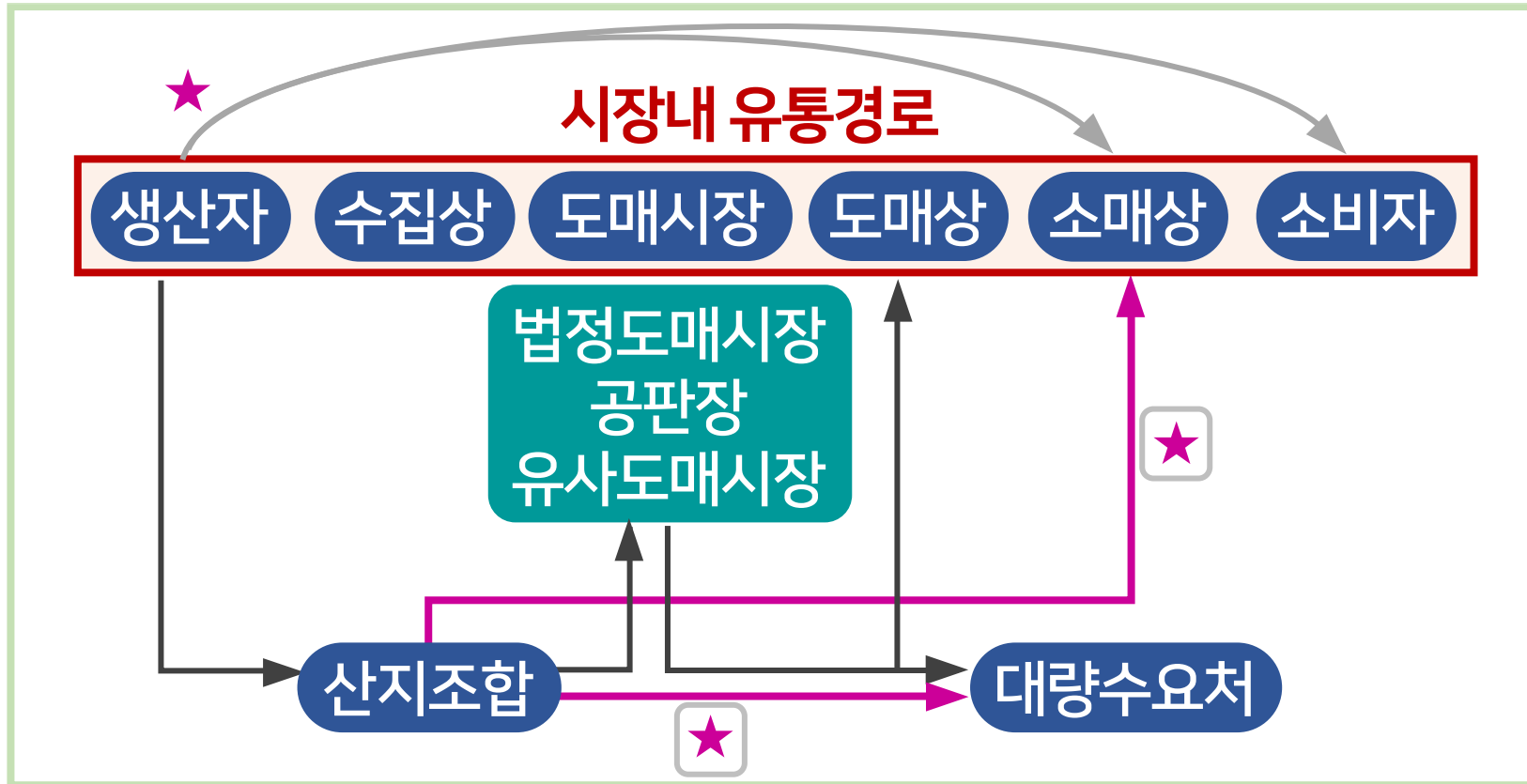
✽ 유통조직 - 분산조직



- 경매에 참가하여 농산물을 구입 및 분산
- 도매조직
 - 중도매인(경매)
 - 매매참가인
(가공,소매,수출업자, 소비자단체)
 - 시장도매인(중개법인)
- 소매조직
 - 재래시장, 슈퍼마켓, 연쇄 소매점, 백화점, 대형할인점, 편의점, 전자상거래

2절 유통조직과 유통경로

✽ 원예산물의 유통경로



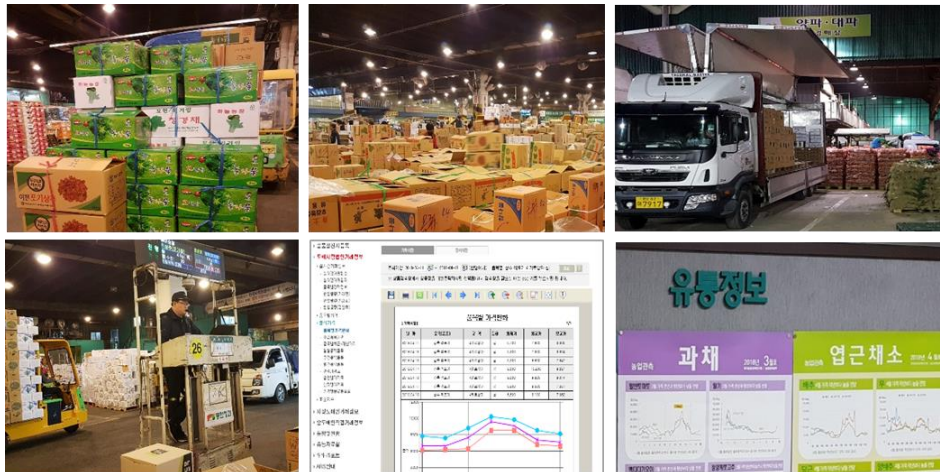
★ **시장 외 유통경로:** 도매시장을 거치지 않는 경로 (계약재배, 산지직거래)

[그림 11-5. 원예산물의 유통경로(교과서 317 page)]

Q4

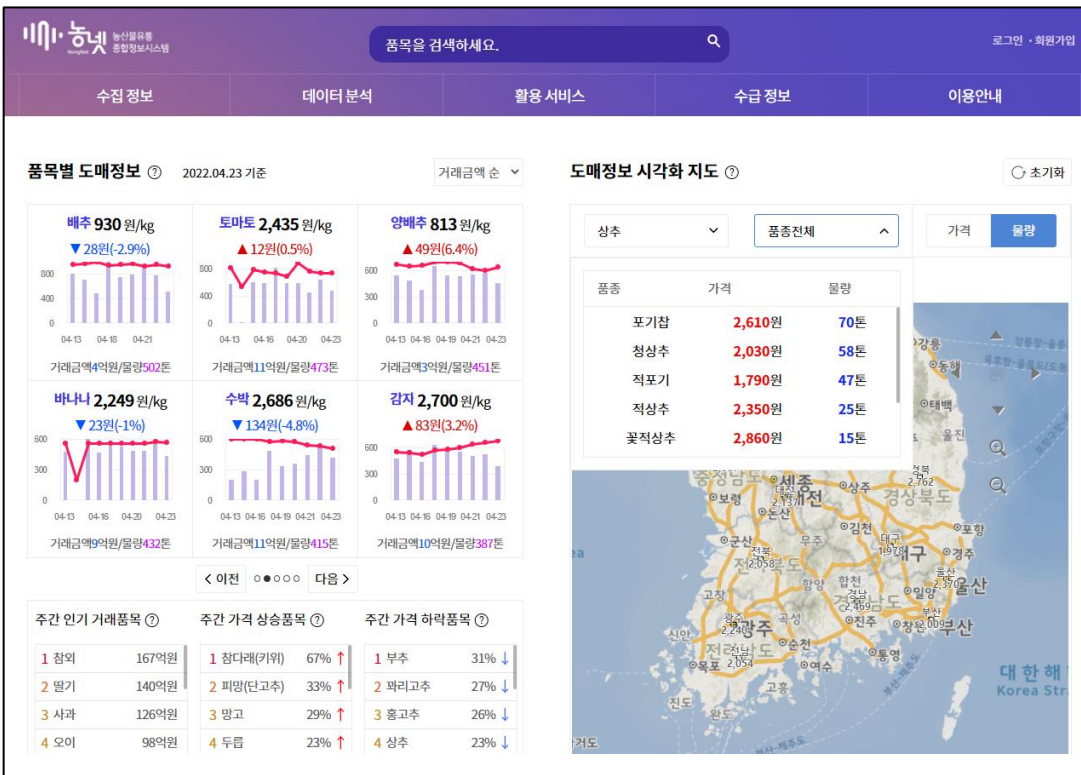
시장 내 유통경로의 장 단점과 산지 직거래의 장점 단점에 대해 설명 부탁드립니다.

- 전통적인 도매시장 경유 방식은 거래의 투명성과 공정성이 담보되는 것이 장점
- 반면, 유통 주체가 다양하고 복잡할 뿐만 아니라 수수료등 거래비용이 각 단계별로 발생하여 농가수취가격 저하는 물론, 소매가격 상승의 주요 원인으로 작용



농넷 - 농산물 빅데이터 플랫폼

- 농넷은 (농산물' + '네트워크'의 조합어) 농산물에 관한 모든 정보를 수집하여 제공하는 서비스
- 농산물 수급 분석정보 및 전국 도매시장의 거래정보를 제공



출처: <https://www.nongnet.or.kr/index.do#>

Q4

시장 내 유통경로의 장 단점과 **산지 직거래의 장점 단점**에 대해 설명 부탁드립니다.

- 산지직거래방식은 생산자와 소비자 또는 생산자 단체와 소비자 단체 간의 직접거래 경로
- 산지직거래는 유통비용을 절감하고, 가격결정에 생산자가 참여할 수 있으며, 거래규격을 간소화하여 표준 규격화 되지 않은 농산물도 거래 가능
- 단점은 산지유통센터 등의 지원이 없는 경우 대량소매처와의 거래가 어렵다.



03

원예학

유통여건 변화와 마케팅 전략



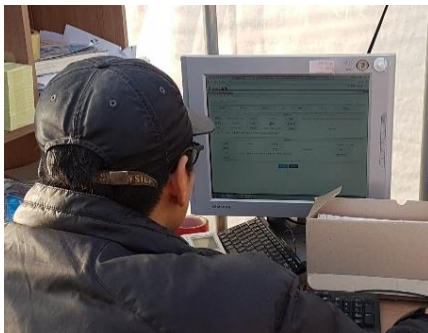
3절 유통여건 변화와 마케팅 전략

✳유통여건의 변화

- **공급 측면** - 생산기술의 향상, 시장개방확대, 공급과잉 현상 반복
- **소비 측면** - 소비자의 선호가 다양화, 소득수준 향상, 품질·편의성·안전·환경 등을 중시
- **사회적 측면** - 핵가족화·여성의 사회진출·여가 확대
- **유통구조 측면** - 도매시장 중심에서 대형할인점, 전자상거래, 직거래 등으로 다원화되고 있음
- **물류측면** - 인건비 상승, 교통체증 등 물류환경이 점차 악화, 시장성의 중시

3절 유통여건 변화와 마케팅 전략

✳유통여건의 변화 - 전자상거래



구분	전통상거래	전자상거래
유통경로	생산자→도매→ 소매→소비자	생산자→소비자
거래지역	한정된 지역	전국 어디나
고객대응	면대면, 지연	비대면, 신속
마케팅	일방향, 집단적	쌍방향, 개별적
판매거점	오프라인	온라인
소요자본	토지와 건물	서버, 홈페이지

Q5

전자상거래 활성화방안에 대해
의견 부탁드립니다.

- 거래상품에 대해 판매자와 구매자 간의 품질과 규격에 대한 공통된 인식과 신뢰 확립
- 농촌지역에 대한 정보화 환경(하드웨어 및 소프트웨어)의 지원
- 사이버마케팅에 대한 전문적 지식과 활용을 지원
- 지역을 연개한 전자상거래 적합한 물류시스템 운용

Q6

지속되는 유통여건의 변화 속에서 생산자 농민의 소득이 높아질 수 있는 마케팅 전략에 대해 설명 부탁드립니다.

- 생산단계의 차별화
- 출하단계의 차별화
- 출하조건의 차별화
- 산물홍보의 차별화
- 기타
(차별화를 위한 메뉴얼 구축)



3절 유통여건 변화와 마케팅 전략

✳ 원예산물 마케팅 전략 - 생산단계의 차별화

- 맛, 크기, 안전성, 기능성 등과 같은 품질을 생산단계에서 차별화



3절 유통여건 변화와 마케팅 전략

✽ 농산물 품질 관리제도

본원 시험연구소 지원+ 사무소+ 품질관리 시스템+ ENGLISH 확대 기본 축소 인쇄 통합검색 검색어를 입력하세요.

국립농산물품질관리원

정보공개 소통광장 정보광장 업무소개 기관소개

업무소개

농식품 인증

- 친환경농산물인증
- 유기가공식품인증
- 유기농업자재공시
- GAP인증
- 농산물이력추적관리
- 가공식품산업표준KS인증
- 전통식품품질인증
- 우수식품인증기관지정
- 지리적표시
- 술품질인증

믿고 찾는 농식품 NAQS

홈 > 업무소개 > 농식품 인증 > 친환경농산물인증 > 인증신청안내

농식품 인증

친환경농산물인증

· 인증신청 안내	· 친환경농산물 소개	· 인증표시 요령
· 관련법령 보기	· 서식 다운로드	· 질의응답(Q&A)

- 출처: http://www.naqs.go.kr/contents/sectionD-1/sectionD-1_01_01.naqs#

✳ 원예산물 마케팅 전략 - 출하단계의 차별화

- 농산물은 가치에 비해 부피가 크고 무거워 운반과 보관에 비용이 많이 소요되고, 저장성이 낮고 운반 중에 쉽게 손상가능
→ 효율적인 물류 및 저장기술 기술 인프라 구축 → 품질향상



[그림. 멜론의 예냉 효과]



무예냉 상온저장 15일 경과 예냉 저온저장 30일 경과



✳ 원예산물 마케팅 전략 - 출하단계의 차별화

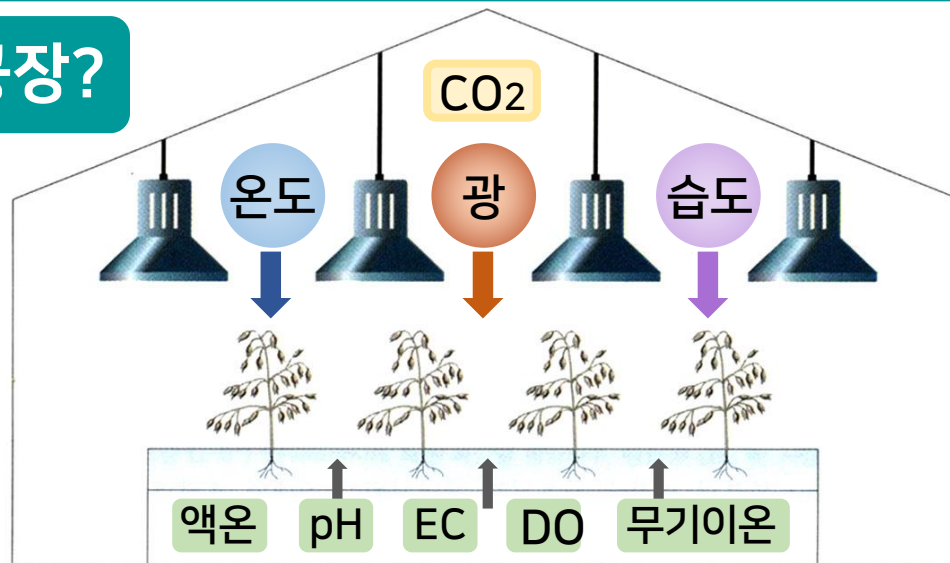
- **콜드체인 시스템 (Cold Chain System, 저온(低溫)유통체계)**
: 냉동, 냉장에 의한 신선한 식료품의 유통방식으로 어류, 육류, 청과물 등의 신선한 식료품을 생산지에서 가정까지 저온을 유지함으로써 선도(鮮度)를 떨어뜨리지 않고 배송하는 방식



✳ 원예산물 마케팅 전략 - 출하조건의 차별화

- 생산과정 및 생산주기가 고정되어 공급이 계절적으로 이루어지고, 수확기에는 과공급현상이 매년 반복.
또한 수확량은 당해 환경에 많이 좌우됨
→ 주년 생산체계 구축 → 농산물의 안정적 공급

식물공장?



고도의 환경제어, 전 재배과정의 기계화, 자동화, 공정화로
공장 스타일로 작물을 재배하는 농업생산시스템

✳ 원예산물 마케팅 전략 - 출하조건의 차별화

- 생산과정 및 생산주기가 고정되어 공급이 계절적으로 이루어지고, 수확기에는 과공급현상이 매년 반복.
또한 수확량은 당해 환경에 많이 좌우됨
→ 주년 생산체계 구축 → 농산물의 안정적 공급

장점

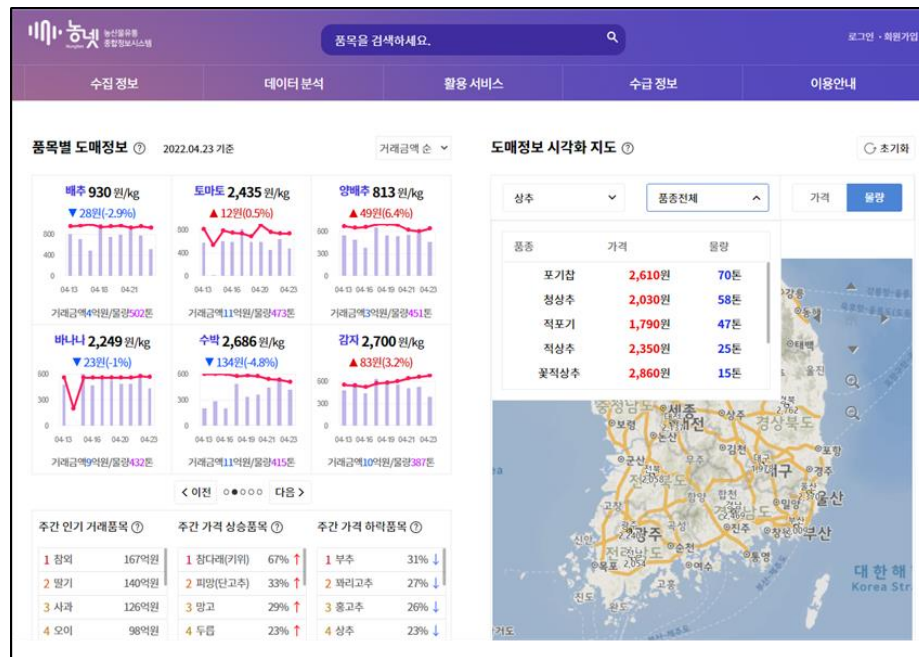
- 계획, 연속, 고속, 대량생산
- 시간, 공간제약을 받지 않는다
- 품질의 획기적 향상이 가능하다
- 무결점농산물을 생산할 수 있다
- 완벽한 자동화와 생력화가 가능하다

단점

- 시설비, 운영비가 많이 소요된다
- 양액관리에 전문 기술이 필요하다
- 작물의 선택이 제한적이다
- 에너지 경제면에서 불리하다

* 원예산물 마케팅 전략 - 출하조건의 차별화

- 생산과정 및 생산주기가 고정되어 공급이 계절적으로 이루어지고, 수확기에는 과공급현상이 매년 반복.
또한 수확량은 당해 환경에 많이 좌우됨
→ 원예산물의 물량의 예측 → 농산물의 안정적 공급



출처: <https://www.nongnet.or.kr/index.do#>

✽ 원예산물 마케팅 전략 - 산물 홍보의 차별화

● 상품 우수성 자료화 및 브랜드화

국가대표 복숭아...공동 브랜드 '햇○○○'
우수사례 탐방-햇사레과일조합공동사업법인

2010년 03월 19일 (금) 09:31:52
최현식 기자 callip@nongupin.co.kr

경기도 이천시와 충청북도 음성군의 4개 조합(감곡·음성·장호원·동부과수농협)이 결성한 복숭아 광역 공동브랜드 '햇사레', 2002년 복숭아 연합사업단으로 시작해 2006년 12월 '햇사레과일조합공동사업법인'으로 새롭게 태어났다.

연합사업 이후 꾸준히 성장하고 있는 햇사레는 복숭아 단일 과수로 지난해 544억원의 사업실적을 기록했다. 최고 품질과 최고역량의 과수브랜드를 지향하고 있는 '햇사레'를 통해 조합공동사업의 나아갈 바를 짚어본다.

◆풍부한 햇살, 탐스럽게 영근 '햇' 광역 브랜드 '햇사레'는 '햇살에'를 소리 나는 대로 적은 것이다. 햇살을 머금은 따듯함, 신선함, 깨끗함 등의 이미지와 '햇'이 갖는 새로 나온, 해(sun)를 의미한다. 한 마디로 "풍요로운 햇빛 속에서 탐스럽게 영글었다"는 뜻이다.



● 출처: 농업인신문

학습 확인

✳ 학습확인

1. 유통의 의의, 특성과 기능을 원예산물 중심으로 설명할 수 있는가? (농산물 유통의 특징, 농산물품질관리원, 등급화의 장단점)
2. 전문적인 유통조직을 구분하여 설명할 수 있는가? (수집/중계/분산조직, 산지유통센터, 도매시장, 시장 내 유통경로, 시장 외 유통경로, 농넷, 산지 직거래)
3. 경제, 사회적 환경 변화에 따른 유통여건의 변화와 이에 대한 마케팅 전략에 대해 이해하였는가? (전통상거래vs전자상거래, 전자상거래 활성화 방안, 마케팅전략(생산단계차별화, 출하단계 차별화, 출하조건의 차별화, 산물 홍보의 차별화)

정리하기

04

원예학

원예산물 유통 개선

Q1

농산물 유통의 특징에 대해
설명 부탁드립니다.

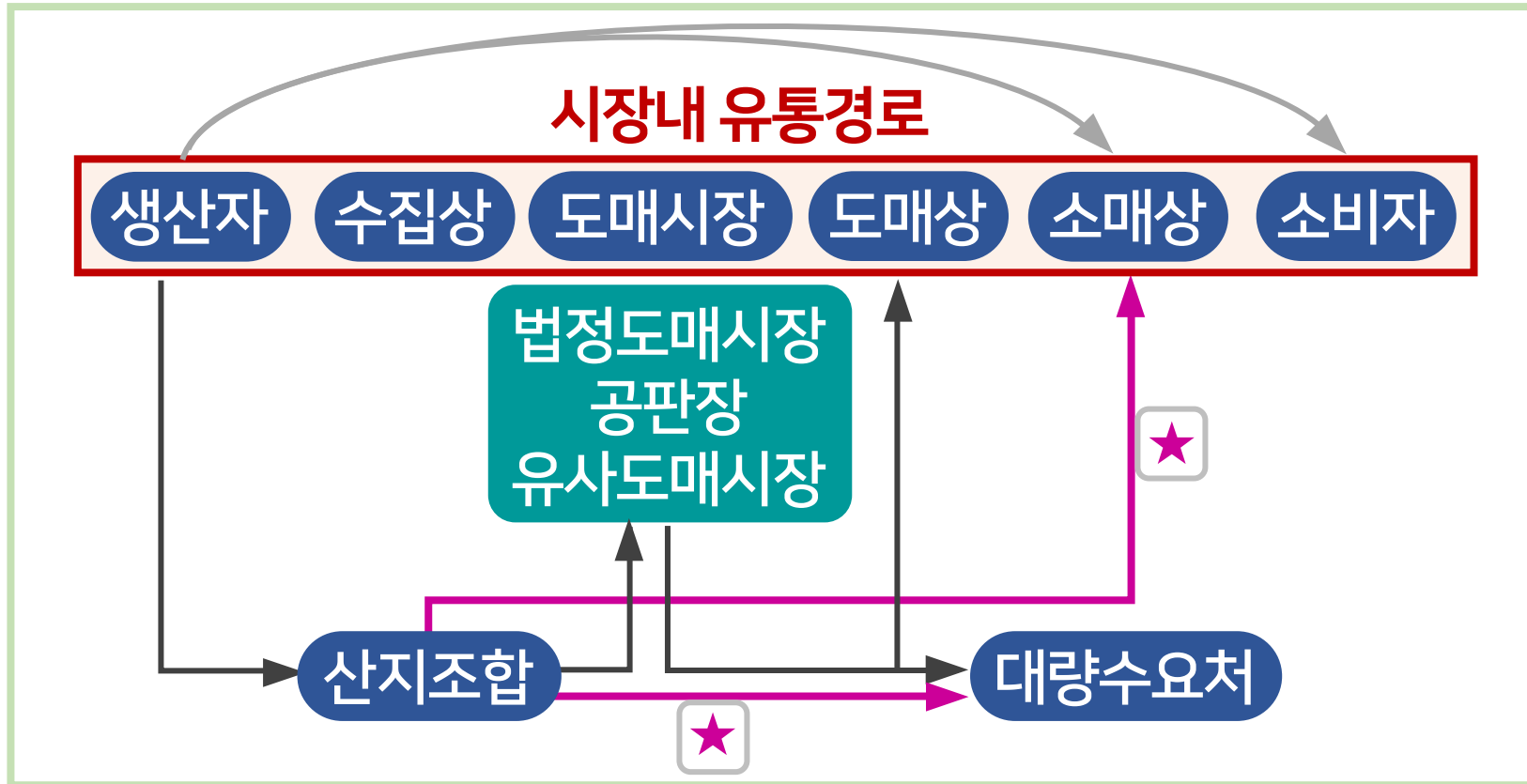
1. 농산물은 가치에 비해 부피가 크고 무거워 운반과 보관에 비용이 많이 소요되고, 저장성이 낮고 운반 중에 쉽게 손상 가능
2. 생산과정 및 생산주기가 고정되어 공급이 계절적으로 이루어지고, 수확기에는 과공급현상이 매년 반복.
또한 수확량은 당해 환경에 많이 좌우됨
3. 하지만 농산물은 필수재에 해당되기 때문에 농산물 유통에 정부의 정책적 개입이 높아 가격이 비교적 비탄력적임
4. 표준화나 등급화가 까다로움
5. 농산물 유통은 상대적으로 영세

✳유통여건의 변화

- **공급 측면** - 생산기술의 향상, 시장개방확대, 공급과잉 현상 반복
- **소비 측면** - 소비자의 선호가 다양화, 소득수준 향상, 품질·편의성·안전·환경 등을 중시
- **사회적 측면** - 핵가족화·여성의 사회진출·여가 확대
- **유통구조 측면** - 도매시장 중심에서 대형할인점, 전자상거래, 직거래 등으로 다원화되고 있음
- **물류측면** - 인건비 상승, 교통체증 등 물류환경이 점차 악화, 시장성의 중시

4절 원예산물 유통 개선

* 원예산물의 유통경로



★ **시장 외 유통경로:** 도매시장을 거치지 않는 경로 (계약재배, 산지직거래)

[그림 11-5. 원예산물의 유통경로(교과서 317 page)]

Q6

지속되는 유통여건의 변화 속에서 생산자 농민의 소득이 높아질 수 있는 마케팅 전략에 대해 설명 부탁드립니다.

- 생산단계의 차별화
- 출하단계의 차별화
- 출하조건의 차별화
- 산물홍보의 차별화
- 기타
(차별화를 위한 메뉴얼 구축)



Q6

지속되는 유통여건의 변화 속에서 생산자 농민의
소득이 높아질 수 있는 마케팅 전략에 대해
설명 부탁드립니다.

산지유통조직의 기능강화

(품목 중심 전국 규모 판매조직육성,
APC 구조화, 스마트 APC 구축)



- 생산단계의 차별화
- 출하단계의 차별화
- 출하조건의 차별화
- 산물홍보의 차별화
- 기타
(차별화를 위한 메뉴얼 구축)

다음시간에는..

12강 육종과 채종