

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.12.12.201412.65>

A Study on Activating a Producing Organization by Analyzing the Difference*

산지유통조직의 차이점 분석을 통한 산지조직화 활성화 방안 연구

Chang-Hwan Kim(김창환)**, Joo-Sub Park(박주섭)***

Received: November 11, 2014. Revised: November 25, 2014. Accepted: December 15, 2014.

Abstract

Purpose - Distribution of agricultural products is collapsing due to recent changes in the environment balance between retailers and producers. Further, the increase in the imports of agricultural products due to free trade has caused revenue problems for producers. Agricultural producers are faced with increasing difficulties, and the organized producing center's importance is growing each day.

Korean organized producing centers' policies have been conducted since 2000, and have thus been sustained for more than 10 years. Organizing a producing center's business is focused on agricultural cooperative and farming association corporation this has already have been carried out. In addition, it has achieved significant results through these organizations, but it still has many problems.

Research design, data, and methodology - Organized producing centers were classified for each type. The survey covered 90 organizations, based on factor analysis, analysis of balance, and logistic regression analysis. The results of the conducted factor analysis are as follows. Production, marketing, human resources management, organizational skills, post management, safety, and scale were classified as the seven kinds of factors. These are the factors that affect the organized producing centers through the variance analysis and logistic regression analysis. The purpose of such research and analysis is to suggest the direction for the future organized producing centers' policies.

Result - Results of the analysis of the variance are listed below. Items by type, production, marketing, human resource management, and organizational skills are shown to depict differences between the factors. Organization form results show

that production and marketing showed a difference between the factors. The size of the organization, production, and marketing showed the difference between the factors. The factors affect organized producing centers differently depending on the type shown, as seen from the results.

In contrast, the logistic regression results of the analysis are as follows. Considering the results by the type of item, and the horticulture type of marketing, human resource management has a (+) influence. Grain type and production showed a (+) influence. New types of income affecting organizational skills have a (+) influence. Considering the results for each type of organization, the agricultural cooperative type of marketing and human resource management have (+) influence. Farming association corporation type of production has a (+) influence. As a result, the size of the organization is as follows. Large organizations are production, expressed in marketing with a (+) impact. Medium-size organizations are expressed with their size factor having a (+) impact. Small organizations are expressed with a safety factor having a (+) impact.

Conclusions - The types of factors display different effects. One factor is that the type of a (+) represents the influence of other factors (-) as per factor symptomatology. Therefore, the type of measures to organize a strategy to maximize the benefits of your organization should be pursued. In addition, based on the support for small organizations, improving the quality of the producer organization should be considered.

Keywords: Producing Organization, Food Marketing, Scale, Materialize.

JEL Classifications: Q1, Q10, Q13, Q17.

1. 서론

산지조직화 사업은 개방화 시대를 거치면서 더욱 중요해지고 있으며 한중FTA 등 변화하는 시장에 대응하기 위한 농업인의 대응전략 중 가장 기본이 되는 사업이다. 특히, 산지유통조직을 중심으로 한 다양한 산지조직화 사업의 필요성이 높아지고 있다. 국내 산지조직화 사업은 농협과 영농조합법인이라는 두 축을 중심으로 진행되어 왔으며, 이를 바탕으로 우리나라의 조직화 비율을 신장

* This work was carried out with the support of "Cooperative Research Program for Agriculture Science & Technology Development(grantpj010716032014)" Rural Development Administration, Republic of Korea.

** Corresponding Author, Post-doc, Rural Development Administration, Jeonju, Korea. Tel:+82-63-238-1222. E-mail: bohmkim@korea.kr.

*** Senior Researcher, Rural Development Administration, Jeonju, Korea. Tel:+82-63-238-1202. E-mail: pjs4639@korea.kr.

시키는데 크게 기여한 점은 분명한 사실이다. 다만, 이들 주체들이 가지고 있는 문제점은 여전히 우리가 풀어야 할 숙제로 남아있다 (Kim & Park, 2013). 즉, 농협의 경우, 최근 조직의 규모화에만 집중하는 경향이 나타나고 영농조합법인의 경우 수익극대화에 초점을 맞추어 조직의 결속력이 저해하는 사례들이 나타나고 있다.

한편, 최근 농산물 유통환경의 급속한 변화로 인해 유통종사자-생산자 간의 힘의 균형이 위협받는 상황이 나타나고 있다. 또한 규모화·조직화·상품화 능력 등이 부족한 생산자조직과 대형유통업체 간의 거래교섭력 격차가 점점 커지고 있고, 대형유통업체가 직접 산지유통센터를 건립하고 농산물 수집활동에 참여하면서 대형유통업체의 산지장악력이 높아짐에 따라서 산지의 경쟁력은 점점 더 악화되고 있는 현실이다. 따라서 농가의 수취가격제고 및 거래교섭력 확보, 규모화를 통한 경제적 이익을 창출하기 위해서라도 산지조직화사업은 필수적인 사안이 되고 있다(Kuk & Choi, 2008).

이처럼 산지유통조직의 중요성이 점점 커지면서 정부의 산지조직화 사업도 그 중요성이 높아지고 있으며, 특히 농협의 연합마케팅 사업 및 정부의 산지유통활성화사업을 기점으로 본격적인 산지조직화 사업이 진행되었으며, 그 결과 조직화 수준이 과거에 비해 상당히 높아진 것만은 사실이다(Kwon, 2004). 다만, 본격적인 산지조직화 사업이 10년 넘게 진행되고 이에 대한 관심도 높지만 아직도 소비자와 대응할 만한 경쟁력을 갖추기에는 요원한 부분이 많이 나타나고 있다. 또한, 일부 대형조직체에 편중되어 있는 지원 사업과 규모화, 매출액 증대 위주의 평가기준과 전략으로 조직화 사업을 추진하고 있다는 점에서도 사업의 한계성이 드러나고 있다 (Kim & Wi, 2014).

한편, 산지조직화 사업은 주로 규모화에 초점이 맞춰져 있는데, 장기적인 관점에서 볼 때 소규모 조직체에 대한 육성이 향후 규모화 사업의 밑거름이 될 수 있다. 즉, 그동안의 산지조직화 사업이 매출액, 공동계산액 등의 수치에 집중한 정책과 목표가 주를 이루었다면 이제는 좀 더 조직체를 세밀하게 분석하고 지속가능한 산지조직체를 양산할 수 있는 방향으로 나아가야 하며, 이러한 질적 성장이 이루어질 수 있도록 농정의 방향이 변화되어야 할 필요가 있다. 따라서 본 연구의 목적은 우리나라 산지유통조직의 질적 성장의 방향성을 제시하기 위해 산지유통조직을 유형별로 분류하여 살펴보고자 한다. 또한 유형별로 분류된 산지유통조직을 조사 분석하여 조직이 성장하는데 중요한 요인을 발견하고 다양한 유형의 산지조직화의 특성 및 발전방향을 제시하고자 한다.

2. 선행연구 고찰

산지조직화와 관련된 최근의 연구를 살펴보면, Kuk et al. (2011)는 “산지유통정책 개선방안”에서, 기존 산지유통정책에 대해 구매자금 융자지원에 정책자금의 대부분을 할애, 유사사업 중복 및 불분명한 정책목표, 정책목표와 제도의 연계 미흡, 규모화를 위한 정책수단 미흡, 지방자치단체의 역할 미흡 등의 문제점을 제시하였다. 또한 개선방안으로는 중장기 구조개선 정책확대, 정책사업의 효율적 개편, 정책사업의 자율성·연계성 강화, 정책목적에 부합하는 제도 확립, 산지유통종합자금 사업을 간접지원 방식으로 전환, 산지유통장기투자 정책사업 개발, 정책사업 체계 개선과 통폐합, 포괄보조 방식의 정책사업 개발, 수요자 중심의 정책사업체계 개편, 생산자조직 육성을 위한 제도 도입 등을 제시하였다.

Park and Lim (2014)은 “농업법인경영체 경영실태 분석”에서, 최근 정부는 단순히 개별 조직경영의 법인화 뿐만 아니라 지역농

업활성화를 위하여 마을단위 또는 일정 지역범위의 공동경영 관련 사업을 추진하는 과정에서 다양한 영농조직의 법인화를 적극 유도하고 있다고 하였다. 특히, 농업법인의 경우 노동력 확보문제가 가장 큰 애로요인으로 지적되었고 판로확보 애로, 수익성 저하측면의 애로가 중심을 이루었다. 따라서 농업법인 정책의 인력문제와 관련하여 외국인 노동자의 수급조건을 완화할 수 있는 대책수립과 사업규모화에 따른 전문인력 확보 문제를 제기하였고, 농산물 유통 측면에서의 시설지원에 대한 요구를 해결해야 한다고 주장하였다.

Park (2005)은 “농촌개발 정책의 재구성”에서, 현 정부의 정책 방향에 대한 비판을 통해 한국농업의 모순을 소농구조와 생산력 발전에서 찾고, 그 대안으로서 지역을 단위로 가용인력과 자원을 집단적·조직적으로 활용함으로써 효율적인 지역농업의 체계를 만들어 내는 지역농업조직화를 대안으로 제시하였다. 특히, 개별농가의 규모화를 통한 경쟁력제고 방안은 대다수 영세소농의 탈농을 전제로 하고 있으며, 이는 농업 생산기반의 붕괴와 식량자급기반의 상실, 농지의 유평화와 농촌사회의 공동화를 초래한다고 보았다. 따라서 지역농업조직화를 통해 지역 차원의 시스템을 생산기반으로 유지하고, 개별농가 역시 지역조직화에 참여하는 방향으로 나아가야 한다고 보았다.

Hwang (2009)은 “산지마케팅조직의 시장대응현황 및 발전방안”에서, 공동계산이 전제되지 않은 일반적인 단위조합의 공동출하방식은 물류상의 효율화를 위한 운송의 공동화에 불과하다고 언급하면서, 가격에 초점이 맞춰진 농업정책에서 벗어나 생산부터 소비자의 손에 이르는 모든 과정까지도 인식하는 대응전략이 필요하다고 주장하였다. 또한 중도매인이 요구하는 산지의 공급망 기준은 불과 30ha~40ha 임을 밝히면서 조직의 규모화도 중요하지만, 산지에 우선적으로 주어진 과제는 소비자의 계획적인 구매행동에 대한 대응을 강화하는 것이며 소비자의 우월적 지위의 남용에 대한 대항력을 갖추는 것이라 주장하였다.

Hwang et al. (2012)는 “산지유통활성화를 위한 농식품법인의 역할강화와 정책과제”에서, 농업법인의 규모화를 추진하기 어려운 이유에 대해 기존거래처와의 거래권을 통합마케팅 조직으로 이관하는데 따른 제도적인 문제, 거래처의 판매조직 사업규모가 확대되어 농업법인의 거래교섭력이 약화되는데 대한 거부감, 조직화 성과를 거두게 되면 궁극적으로 출자 참여 조직 경영인들 간의 갈등으로 협력을 통해 상호이익을 얻을 수 있는 사업모델을 수립하기가 어렵다는 점, 시장환경의 변화와 국내 농업 생산의 여건 변화를 고려할 때 규모화만으로는 법인의 성장을 담보하기 어려울 것이라는 경인진들의 인식 등을 제시하였다.

산지조직화 관련 선행연구에서 살펴볼 수 있듯이 산지조직화의 필요성과 중요성은 점차 높아지고 있으며 정책제안과 구조개선 등이 함께 진행되어야 할 것으로 나타났다. 또한 소비자 유통환경의 변화에 맞춰 생산자조직의 전략적인 조직화 방향이 필요한 시점으로 나타났다. 그러나 대부분의 연구에서는 거시적인 산지조직화에 대한 언급이 주를 이루고 있으며, 조직화의 유형별 전략 및 발전 방향에 대한 분석은 매우 부족한 상황이다. 특히, 빠른 속도로 변화하고 있는 소비시장 맞춤형 산지조직화 방안을 제시하기 위해서는 다양한 유형의 산지조직을 구분하여 각 유형별 특성과 전략에 대한 분석이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 현재 주어진 상황과 한계 속에서 산지조직화의 품목유형별, 규모별, 형태별 등 유형별 요인에 관한 통계적 분석을 통해 산지조직화에 미치는 영향을 살펴보고, 이를 바탕으로 다양한 형태의 산지조직화 방안을 도출하여 연구의 차별성을 두고자 한다.

3. 연구방법론

3.1. 연구대상

본 연구는 산지 유통조직을 품목유형별, 규모별, 형태별로 유형을 분류하고 요인분석을 통해 도출된 요인들이 각 유형별로 어떠한 영향을 미치는지를 분석하여 유형별 산지조직화 방안을 도출하고자 한다. 품목유형은 원예, 곡물, 신소득 유형으로 분류하였으며, 규모는 산지유통활성화사업의 공동계산액 기준을 바탕으로 200억 이상은 대형, 50~200억은 중형, 50억 미만은 소형으로 분류하였다. 또한 형태별 분류에서는 산지유통조직을 주로 이끌어가는 농협과 영농법인으로 구분하고 본 연구의 목적인 다양한 형태의 산지유통조직을 설명하기 위해 마을기업, 작목반 등의 기타유형으로도 분류하였다.

조사대상 산지유통조직의 선정기준은 크게 두 가지로 나뉜다. 하나는 정부의 산지유통활성화 사업 선정 조직체로서 정부의 정책 지원을 위한 평가 기준에 맞는 산지유통조직이며, 다른 하나는 문헌조사, 도매시장법인 경매사 의견 등을 통해 취합된 조직체이다. 특히, 후자의 선정기준은 본 연구의 목적이 다양한 형태, 유형, 규모, 특징 등을 비교 조사하여 각 유형별 특징을 살펴보는 것이기 때문에 선정기준으로 삼기로 하였다. 다만, 선정기준의 작위성을 최소화하기 위해 문헌조사 시 기존의 유통조직과 차별화된 조직체를 선정하였고, 도매시장 법인의 경매사 추천 의견에서는 해당 조직의 품목이 도매시장법인 경매가격의 상위 5% 이내인 경우로 한정하여 선정하였다. 이렇게 선정된 90개 조사대상 산지유통조직을 직접 방문 조사하여 사례 조직체의 일반적인 현황 및 주요특징을 조사하고 이를 바탕으로 설문지를 구성하여 요인분석, 분산분석, 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

3.2. 측정도구 및 방법

설문지의 구성은 90개 산지유통조직을 방문조사하면서, 조사대상 조직체가 생각하는 산지조직체 활성화 주요 요인을 응답받는 형태로 총 231건의 주요 요인을 수집하였다. 이를 바탕으로 중복되는 문항과 빈도수가 적은 문항을 삭제하여 총 30개의 문항을 바탕으로 설문지를 작성하였다.

연구방법으로는 국내 산지유통조직을 대상으로 방문조사와 설문조사를 함께 진행하여 연구에 필요한 자료를 수집하였고 수집된 자료를 바탕으로 통계분석을 실시하였다. SPSS 21.0을 활용하여 요인분석을 실시하였고 이를 바탕으로 산지유통조직에 영향을 미

치는 주요 요인을 추출하였다. 또한 분산분석을 통해 유형별 요인간 차이를 분석하였다. 마지막으로 로지스틱 회귀분석을 실시하여 유형별 요인이 영향을 미치는 방향 및 정도를 살펴보았다.

4. 연구결과

4.1. 기초통계량

조사한 경영체의 평균 참여농가수는 약 355명이며 최대 회원을 보유한 조직체는 3,287명의 조합원으로 구성되어 있고 최소회원은 5명으로 구성되어 있었다. 또한 매출액에 있어서는 조사대상 평균 매출액이 12,766백만원으로 나타났으며 이중 최대 매출 조직체는 93,207백만원의 매출을 보였으며 최소매출 조직체는 100백만원의 매출수준을 나타내었다.

조직형태별 분포를 살펴보면, 농업법인(37.8%), 농협(30.0%), 기타(20.0%), 품목농협(6.7%), 조합공동사업법인(5.6%)의 순으로 나타났다. 품목별로는 총 90개 사례대상지 중 곡물특작이 9개소, 원예가 63개소, 신소득 작물 조직체가 18개로 나타났으며, 매출액 기준으로 규모별로 분류해보면 소형(50억 미만) 40개소, 중형(50억~200억) 31개소, 대형(200억 이상) 19개소로 나타났다. 한편, 산지유통조직을 앞서 설명한 기준으로 규모별, 형태별, 품목유형별로 유형을 분류하였고 매출액·농가규모 수에 따른 그룹별로도 유형분류를 실시하였다. 전체 조사농가의 현황을 살펴보면 다음 <Table 1>과 같다.

우선 품목군에 있어서는 원예가 55개소로 가장 많은 수를 차지하고 있고, 곡물특작 13개소, 신소득 22개소를 조사하였다. 각 업체별 조직유형은 농협과 농업법인이 각각 38개소, 35개소였고 작목반 및 특수한 형태의 조직체를 기타로 묶어 총 17개소를 조사하였다. 또한 조사한 경영체를 매출액 200억원 이상은 대형, 50억 원부터 200억원 사이는 중형, 50억원 미만은 소형으로 구분하였을 때, 각각 19개소, 31개소, 40개소로 구성되어 있다.

4.2. 신뢰도 분석 및 요인분석

본 연구에서는 정부의 산지유통활성화 사업 대상조직 및 도매시장 법인 경매사를 통해 선정된 90개 조직에 대해서 조직의 성공요인을 묻는 30개 문항을 리커트 5점 척도로 조사하고 신뢰도 분석을 실시하였다. Cronbach알파 값은 설문지의 신뢰도를 평가

<Table 1> Basic statistics

assortment	type of items			organization form		
organizations (90places)	horticulture		55	agricultural cooperative	38	
	grain		13	farming association corporation	35	
	new type of income		22	other types	17	
	total		90	total	90	
	number of farms		sales(million,₩)		sclae	
	average	355	average	12,766	small	40
	max	3,287	max	93,207	medium	31
					large	19
	min	5	min	100	total	90

하기 위해서 사용한다. 즉, 설문항목에 대하여 신뢰성을 저해하는 항목을 찾아내고 제거하기 위하여 사용한다.

자료의 결과를 살펴보면, Cronbach 알파값은 0.894으로 나타났다. 알파값이 0.8 이상으로 매우 신뢰할 수 있는 설문이라고 할 수 있는데 이는 본 설문조사를 통해서 얻어진 조직화 성공 요인 자료는, 조직화의 우수 요인을 연구하는 데 적합하다는 것을 증명하는 것이다.

산지조직화의 성공요인에 대한 요인분석의 결과를 <Table 2>에서 살펴보면, 상관계수행렬을 이용한 주성분분석에 의하여 나타난 고유값과 고유벡터가 나타나 있다. 고유값은 몇 개의 요인이 설명하는 정도를 나타내는 것으로, 모든 요인(성분)의 고유값 합계는 요인분석에 사용된 변수의 수와 같으며 여기서는 30이다. 요인추출 방법은 처음에는 회전없이 요인분석을 시행하였고 각 요인에 대해 높은 적재치의 변인을 최소화하는 베리맥스(Varimax) 방법으로 회전하였다. 또한 고유값(Eigenvalues)의 변화를 도표에 표시하여 시각적으로 판단할 수 있게 해주는 스크리 도표를 활용하여 고유값 1 이상을 판단하여 8개의 요인으로 추출하였다. 요인을 회전하는 이유로는 주성분요인 또는 공통요인에 의해 얻어진 최초 요

인행렬은 측정변수들의 분산을 어느 정도 설명할 수 있으나, 대부분 각 변수들과 요인들 간의 관계가 명확하게 나타나지 않기 때문이다(Kim et al., 2012). 회전되지 않은 요인은 단순히 자료를 감축시키는 과정으로 요인들의 중요성에 따라 요인들을 추출하기 때문에 변수의 형태에 따른 의미 있는 정보를 얻기 어렵다. 따라서 요인을 회전함으로써 요인을 해석하기 쉽고 의미 있는 요인패턴을 갖도록 분산을 재분배 시키는 과정이다.

요인분석 결과는 총 분산표로서 고유값과 적재값을 표시하고 있다. 우선 성분은 요인으로서 고유값이 큰 것부터 나열되어 있으며 요인의 수를 결정하는 SPSS의 고유값 기준인 1을 지정하여 1보다 작은 22개는 제외하고 8개만이 요인으로 추출되었다. 이로 인해 추출 제곱합 적재값과 회전 제곱합 적재값에는 8개의 요인에 대한 분산의 비율만 나오게 되었다.

요인의 설명력을 살펴보면, 요인 1의 설명력은 $4.077/12=0.13591$, 약 13.5%이고 요인 2의 설명력은 12.6%, 요인 3의 설명력은 8.5%, 요인 4의 설명력은 7.9%, 요인 5의 설명력은 7.1%, 요인 6의 설명력은 6.8%, 요인 7의 설명력은 6.4%, 요인 8의 설명력은 5.6%로 나타났다. 요인의 고유값은 요인에 속한 각 변수들의 요인부하량을

<Table 2> Total variance

	eigenvalues			squared load value			rotating load value		
	total	%dispersal	%cumulative	total	%dispersal	%cumulative	total	%dispersal	%cumulative
1	7.991	26.638	26.638	7.991	26.638	26.638	4.077	13.591	13.591
2	3.201	10.668	37.307	3.201	10.668	37.307	3.782	12.607	26.198
3	2.124	7.080	44.387	2.124	7.080	44.387	2.563	8.545	34.743
4	1.801	6.003	50.390	1.801	6.003	50.390	2.397	7.990	42.733
5	1.618	5.393	55.783	1.618	5.393	55.783	2.130	7.101	49.834
6	1.605	5.351	61.134	1.605	5.351	61.134	2.051	6.837	56.671
7	1.192	3.973	65.107	1.192	3.973	65.107	1.930	6.433	63.104
8	1.103	3.676	68.783	1.103	3.676	68.783	1.704	5.678	68.783
9	.895	2.983	71.766						
10	.859	2.865	74.631						
11	.821	2.735	77.366						
12	.740	2.466	79.832						
13	.645	2.149	81.981						
14	.611	2.035	84.016						
15	.523	1.742	85.758						
16	.486	1.620	87.378						
17	.451	1.502	88.880						
18	.429	1.429	90.309						
19	.390	1.301	91.611						
20	.346	1.154	92.764						
21	.322	1.072	93.836						
22	.300	1.001	94.837						
23	.269	.897	95.734						
24	.248	.828	96.562						
25	.232	.772	97.334						
26	.202	.672	98.006						
27	.190	.632	98.638						
28	.161	.537	99.175						
29	.135	.450	99.626						
30	.112	.374	100.00						

제공하여 더한 값과 같은데 요인 1부터 요인 8까지가 전체 자료의 68.783%를 설명함을 알 수 있다.

상관계수행렬을 통한 주성분분석의 타당성을 조사하기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시한 결과, 어느 한 요인에 의해 0.5 이상의 적재량을 보여 타당성이 있는 것으로 나타났다. 요인적재량은 일반적으로 0.3 이상이면 추출된 요인이 통계적으로 의미가 있으며, 0.5 이상이면 매우 유의한 것으로 해석한다(Hong, 2011). 본 연구에서는 0.5 이상의 요인적재량을 가진 변수를 중심으로 해석하였다. 총 8개의 요인이 분석되어 각 요인의 성격에 맞게 명명하였다. 요인을 명명하는 것은 추출된 요인의 연구결과를 받아들이는 대중에게 좀 더 간결하고 함축적으로 의미를 전달하기 위한 일련의 과정이다. 실제 요인분석결과를 해석하는데 있어 요인의 이름을 명명하는 것은, 대단히 중요하고 함축적인 의미로 전체 자료를 설명할 수 있는 것이라고 봐야한다.

요인 1은 APC 가동률 수준, 공동출하, 신제품 개발, 안정적 물량수급, 새로운 재배기술 등 5가지 속성이 Producing 요인으로 요인화 되었다. 요인 2는 마케팅 전문가 유무, 공동브랜드, 컨설팅요원, 전문선별사 고용 등 4가지 속성이 Marketing 요인으로 요인화 되었다. 요인 3은 우수회원 인센티브, 적립금제도, 현장견학 등 3가지 속성이 Human resource management 요인으로 요인화 되었다. 요인 4는 관리자 리더십, 농가조직력, 효율적 의사결정, 효율적인 물류 등 4가지 속성이 Organizing ability 요인으로 요인화되었다. 요인 5는 전문가 인력확보, 생산성을 위한 연구 및 투자 등 2가지 속성이 Post management 요인으로 요인화되었다. 요인 6은 공동운송시스템, 안정적인 판로, 재배기술 확보, 고품질 생산 등으로 특별한 요인구분의 성격이 없어 제외하기로 하였다. 요인 7은 GAP 및 친환경 인증비율 수준, 농약잔류검사 유무 등 2가지 속성이 Safety 요인으로 요인화되었다. 마지막으로 요인 8은 거래교섭력을 높일 만큼의 물량확보, 시설현대화 등 2가지 속성이

Scales 요인으로 요인화 되었다.

이상을 정리해 보면, 요인분석을 통해 8가지 요인이 분류되었으나 요인 6은 특정 요인으로 설명하기 부족한 부분이 존재하여 제외하였다. 따라서 원료조달 및 생산요인, 마케팅 요인, 인적관리 요인, 조직력 요인, 사후관리 요인, 안전성 요인, 규모화 요인 등의 총 7가지 요인을 도출하였다. 구분된 요인의 성분행렬은 다음 <Table.3>과 같다.

4.3. 유형별 분산분석 및 로지스틱 회귀분석 결과

산지유통조직의 품목유형별 분류에 따른 요인의 영향을 알아보기 위하여 ANOVA 분석을 실시하였고 각 요인이 유형별로 어느 정도 영향을 끼치는지와 그 방향을 알아보기 위해 이변항 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 우선, 품목 유형별 분류의 요인처리 결과 <Table 5>와 같이 나타났다. 원료조달 및 생산요인은 신뢰수준 99%(유의계수 0.007)에서 유의한 차이가 나타났다. 원예유형과 곡물유형 간에 차이가 나타났고 신소득과 곡물 사이에서는 신뢰수준 90%(유의계수 0.061) 이내에서 유의한 수준으로 나타났다.

로지스틱 회귀분석결과에서는 원예유형은 원료조달 및 생산, 마케팅, 인적관리, 조직력 부분에서 유의수준에서 영향이 있는 것으로 나타났다. 원료조달 및 생산요인에서는 99% 수준(유의계수 0.002)에서 (-)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 원료조달 보다는 생산에 관련된 기술투자 및 신기술 개발역량이 부족하여 나타난 결과로 보인다. 마케팅 요인에서는 유의수준 99%(유의계수 0.002)에서 (+)의 영향을 주는 것으로 나타났고, 인적관리 요인에서도 유의수준 99%(유의계수 0.000)에서 (+)의 영향을 나타내고 있다. 한편, 조직력 요인에서는 99% 유의수준에서(유의계수 0.004) (-)의 영향을 나타내는데, 원예유형은 조직의 규모가 비교적 큰 조직이 많아 조직력 평가에서 높은 점수를 내지 못하는 것

<Table 3> Factor analysis

	factor						
	1	2	3	4	5	6	7
Producing	.785	.109	.093	-.026	-.192	.194	.220
	.759	.154	.110	.160	.036	-.040	.290
	.758	-.298	-.098	-.023	.024	-.128	.057
	.696	.263	.150	-.037	.237	.212	-.030
	.685	.251	.027	.078	.385	.168	.057
Marketing	.060	.834	.220	.117	.057	.056	.042
	.202	.786	.233	.088	.038	-.064	.019
	-.008	.662	.234	-.071	-.023	.080	.368
	.269	.537	.285	.180	.030	.189	.271
Human resource management	.112	.168	.863	.080	.190	-.046	.050
	.136	.263	.771	.071	-.056	.085	.226
	-.170	.314	.640	-.034	.011	.265	-.159
Organizing ability	-.151	-.144	.129	.749	.209	.074	.041
	.209	.186	.012	.745	.030	-.117	.145
	.589	.091	-.006	.600	.015	-.011	-.010
	-.131	.197	.124	.501	-.496	.371	.132
Post Management	-.015	-.035	.038	.220	.771	.095	.228
	.207	.535	.157	-.048	.559	-.018	.248
Safety	.159	-.048	.051	.012	-.021	.868	.036
	.050	.309	.257	.005	.314	.543	.144
Scales	.297	.097	.227	.108	.185	-.164	.664
	.217	.289	.056	.138	.101	.238	.596

<Table 4> Item type ANOVA

		sum	df	mean square	F	p-value
Producing	each-group	9.578	2	4.789	5.246	.007**
	in-group	79.422	87	.913		
	total	89.000	89			
Marketing	each-group	4.599	2	2.300	2.370	.099
	in-group	84.401	87	.970		
	total	89.000	89			
Human resource management	each-group	16.288	2	8.144	9.744	.000***
	in-group	72.712	87	.836		
	total	89.000	89			
Organizing ability	each-group	7.088	2	3.544	3.764	.027*
	in-group	81.912	87	.942		
	total	89.000	89			
Post Management	each-group	.245	2	.122	.120	.887
	in-group	88.755	87	1.020		
	total	89.000	89			
Safety	each-group	3.477	2	1.738	1.768	.177
	in-group	85.523	87	.983		
	total	89.000	89			
Sclaes	each-group	1.265	2	.632	.627	.537
	in-group	87.735	87	1.008		
	total	89.000	89			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<Table 5> Item type regression

type	factor	coefficient	S.E.	Wald	p-value	Exp(B)
horticulture	Producing	-1.383	.448	9.522	.002	.251
	Marketing	1.327	.438	9.175	.002	3.769
	Human resource management	1.535	.422	13.245	.000	4.639
	Organizing ability	-1.297	.454	8.173	.004	.273
	Post Management	.252	.292	.742	.389	1.286
	Safety	.482	.297	2.629	.105	1.619
	Sclaes	.436	.305	2.044	.153	1.547
	constant term	.890	.336	7.004	.008	2.436
grain	Producing	1.248	.437	8.142	.004	3.483
	Marketing	-.650	.445	2.132	.144	.522
	Human resource management	-.067	.319	.043	.835	.936
	Organizing ability	.240	.312	.594	.441	1.271
	Post Management	-.118	.336	.124	.725	.888
	Safety	.274	.377	.528	.467	1.316
	Sclaes	-.080	.359	.049	.824	.923
	constant term	-2.340	.453	26.690	.000	.096
new type of income	Producing	.422	.379	1.239	.266	1.525
	Marketing	-.713	.386	3.417	.065	.490
	Human resource management	-1.371	.384	12.770	.000	.254
	Organizing ability	.759	.358	4.489	.034	2.135
	Post Management	-.211	.306	.475	.491	.810
	Safety	-.714	.320	4.998	.025	.489
	Sclaes	-.441	.341	1.672	.196	.644
	constant term	-1.718	.383	20.094	.000	.179

으로 보인다. 곡물유형에서는 원료조달 및 생산요인에서 유의수준 99%(유의계수 0.004)에서 (+)의 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 곡물의 경우 안정적인 원료조달 및 재배기술을 지속적으로 연구하기 때문인 것으로 보인다. 한편 다른 요인에서는 유의한 수준의 영향이 나타나지 않았다. 신소득유형에서는 조직력 요인에서 95%(유의계수 0.034)수준에서 (+)의 영향이 있는 것으로 나타났으며, 원료조달 및 생산요인도 유의한 수준은 아니지만 (+)의 영향이 나타났다. 하지만 마케팅(유의계수 0.065), 인적관리(유의계수 0.000), 안전성(유의계수 0.025)요인에서는 (-)의 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 신소득 유형이 대부분 규모가 영세하여 마케팅, 인적관리, 안전성 등에 투자하기 쉽지 않은 것에 기인한 것으로 보인다.

다음으로 조직형태별 분석결과를 살펴보면, 원료조달 및 생산요인은 조직형태별 영향에 대하여 신뢰수준 99%(유의계수 0.003)에서 유의한 차이가 나타났다. 농협과 기타유형의 형태간에 유의한 차이가 있었고 영농법인과 기타유형간에도 유의한 차이가 나타났다.

<Table 6> Organization type ANOVA

		sum	df	mean square	F	p-value
Producing	each-group	11.433	2	5.717	6.412	.003**
	in-group	77.567	87	.892		
	total	89.000	89			
Marketing	each-group	18.824	2	9.412	11.669	.000***
	in-group	70.176	87	.807		
	total	89.000	89			
Human resource management	each-group	3.329	2	1.664	1.690	.190
	in-group	85.671	87	.985		
	total	89.000	89			
Organizing ability	each-group	.811	2	.406	.400	.671
	in-group	88.189	87	1.014		
	total	89.000	89			
Post Management	each-group	1.267	2	.634	.628	.536
	in-group	87.733	87	1.008		
	total	89.000	89			
Safety	each-group	2.095	2	1.047	1.048	.355
	in-group	86.905	87	.999		
	total	89.000	89			
Sclaes	each-group	9.650	2	4.825	5.290	.007**
	in-group	79.350	87	.912		
	total	89.000	89			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

로지스틱 회귀분석을 실시한 결과 농협유형의 경우, 마케팅 요인이 신뢰수준 99%(유의계수 0.000)에서 (+)의 영향이 있는 것으로 나타났고, 인적관리 요인은 신뢰수준 95%(유의계수 0.043)에서 (+)의 영향이 있는 것으로 나타났다. 또한 규모화 요인에서도 신뢰수준 99%(유의계수 0.003)에서 (+)의 영향이 나타났다. 반면 유의

한 수준은 아니지만 조직력에 있어서는 (-)의 영향이 나타났다. 영농법인 유형에서는, 원료조달 및 생산이 신뢰수준 95%(유의계수 0.017)에서 (+)의 영향이 나타났다. 기타 유형의 경우 대부분 (-)의 영향이 발견되었는데, 원료조달 및 생산은 신뢰수준 95%(유의계수 0.023)에서, 마케팅 요인은 신뢰수준 99%(유의계수 0.002)에서, 규모화 요인은 신뢰수준 95%(유의계수 0.026)에서 각각 (-)의 영향이 나타났다.

<Table 7> Organization type regression

type	factor	coefficient	S.E.	Wald	p-value	Exp(B)
agricultural cooperative	Producing	.047	.271	.030	.862	1.048
	Marketing	1.021	.283	13.060	.000	2.777
	Human resource management	.540	.267	4.084	.043	1.717
	Organizing ability	-.164	.276	.352	.553	.849
	Post Management	.008	.257	.001	.975	1.008
	Safety	.214	.270	.630	.427	1.239
	Sclaes	.827	.278	8.852	.003	2.287
	constant term	-.388	.262	2.194	.139	.679
farming association corporation	Producing	.617	.258	5.724	.017	1.854
	Marketing	-.200	.245	.664	.415	.819
	Human resource management	-.188	.230	.665	.415	.829
	Organizing ability	.208	.232	.802	.370	1.231
	Post Management	.169	.234	.523	.469	1.184
	Safety	.114	.232	.242	.623	1.121
	Sclaes	-.234	.236	.981	.322	.791
	constant term	-.566	.235	5.815	.016	.568
other types	Producing	-1.232	.541	5.175	.023	.292
	Marketing	-1.569	.495	10.040	.002	.208
	Human resource management	-.229	.364	.394	.530	.796
	Organizing ability	-.219	.386	.320	.571	.804
	Post Management	-.530	.391	1.832	.176	.589
	Safety	-.462	.343	1.820	.177	.630
	Sclaes	-.950	.427	4.954	.026	.387
	constant term	-2.674	.590	20.517	.000	.069

마지막으로, 조직규모에 따른 결과를 살펴보면, 원료조달 및 생산요인에서는 신뢰수준 90%(유의계수 0.109) 부근에서 유의성이 있는 것으로 나타났다.

<Table 8> Organization size ANOVA

		sum	df	mean square	F	p-value
Producing	each-group	4.426	2	2.213	2.276	.109
	in-group	84.574	87	.972		
	total	89.000	89			
Marketing	each-group	6.395	2	3.198	3.368	.039
	in-group	82.605	87	.949		
	total	89.000	89			
Human resource management	each-group	2.092	2	1.046	1.047	.355
	in-group	86.908	87	.999		
	total	89.000	89			
Organizing ability	each-group	.704	2	.352	.347	.708
	in-group	88.296	87	1.015		
	total	89.000	89			
Post Management	each-group	1.841	2	.920	.919	.403
	in-group	87.159	87	1.002		
	total	89.000	89			
Safety	each-group	1.548	2	.774	.770	.466
	in-group	87.452	87	1.005		
	total	89.000	89			
Sclaes	each-group	10.517	2	5.259	5.829	.004
	in-group	78.483	87	.902		
	total	89.000	89			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

로지스틱 회귀분석을 한 결과를 살펴보면, 대형유형의 경우 원료조달 및 생산요인이 신뢰수준 95%(유의계수 0.056) 부근에서 (+)의 영향을 나타냈으며, 마케팅 요인도 신뢰수준 95%(유의계수 0.016)에서 (+)의 영향이 나타났다. 유의수준 내에 있지는 않지만 인적 관리, 사후관리, 규모화 요인도 (+)의 영향이 있는 것으로 나타났다. 중형유형의 경우 규모화 요인이 신뢰수준 99%(유의계수 0.006)에서 (+)의 영향이 나타났는데, 시설수준, 물량확보 등에 역량을 강화한 것으로 볼 수 있다.

반면, 소형유형의 경우 (-)의 영향이 많이 나타나고 있는데, 원료조달 및 생산요인은 신뢰수준 95%(유의계수 0.020)에서 (-)의 영향을 나타내고 있으며, 마케팅요인은 신뢰수준 95%(유의계수 0.033)에서 (-)의 영향을 나타내고 있다. 안전관리 요인에서는 신뢰수준 95%(유의계수 0.024)에서 (-)의 영향을 보이고 있고, 규모화에 있어서도 신뢰수준 99%(유의계수 0.001)에서 (-)의 영향을 나타내고 있다. 다만, 안전성 요인에 있어서는 신뢰수준 95%(유의계수 0.025)에서 (+)의 영향을 나타내고 있어, 소형조직이라 하더라도 안전성 요인에서는 보다 잘 관리가 된다고 볼 수 있다.

<Table 9> Organization size regression

type	factor	coefficient	S.E.	Wald	p-value	Exp(B)
large	Producing	.504	.263	3.656	.056	1.655
	Marketing	.673	.280	5.755	.016	1.959
	Human resource management	.377	.279	1.819	.177	1.457
	Organizing ability	.191	.268	.507	.477	1.210
	Post Management	.374	.275	1.847	.174	1.453

	Safety	-.370	.275	1.806	.179	.691
	Sclaes	.244	.278	.772	.380	1.277
	constant term	-1.321	.295	20.080	.000	.267
medium	Producing	.195	.250	.611	.435	1.216
	Marketing	.016	.253	.004	.949	1.016
	Human resource management	.285	.248	1.325	.250	1.330
	Organizing ability	.066	.251	.068	.794	1.068
	Post Management	-.288	.261	1.217	.270	.750
	Safety	-.297	.252	1.388	.239	.743
	Sclaes	.800	.290	7.596	.006	2.226
	constant term	-1.018	.266	14.624	.000	.361
small	Producing	-.643	.277	5.407	.020	.526
	Marketing	-.592	.278	4.525	.033	.553
	Human resource management	-.600	.266	5.077	.024	.549
	Organizing ability	-.265	.261	1.033	.310	.767
	Post Management	-.047	.269	.030	.862	.954
	Safety	.613	.273	5.029	.025	1.846
	Sclaes	-.921	.285	10.434	.001	.398
	constant term	-.251	.256	.960	.327	.778

5. 연구결과 토론 및 시사점

본 연구에서는 국내 산지유통조직을 분석하여 영향을 미치는 요인을 도출한 후, 이를 바탕으로 향후 국내 산지조직화 활성화 방안을 도출하였다.

요인분석을 통해 원료조달 및 생산, 마케팅, 인적 관리, 조직력, 사후관리, 안전성, 규모화 등이 산지유통조직의 주요 요인으로 추출되었으며. 이러한 요인을 가지고 실시한 분산분석 결과, 품목유형별로는 원료조달 및 생산, 마케팅, 인적관리, 조직력에서 요인 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 농가가 선택하는 품목의 유형에 따라 원료수급, 생산기술, 마케팅방법, 조직관리 방법 등이 다르다는 것을 알 수 있다. 조직형태별로 살펴보면, 원료조달 및 생산, 마케팅에서 요인 간 차이가 있는 것으로 나타났는데, 이는 조직의 성격에 따라서 APC 시설보유, 원료수급 능력, 마케팅 전략 등이 다르다는 것을 알 수 있다. 다음으로 조직 규모별로는 원료조달 및 생산, 마케팅, 규모화 요인에서 요인 간 차이가 있는 것으로 나타났는데, 이는 조직의 규모에 따라서 원료조달방법, APC 운영효율성, 생산기술, 마케팅전략 등이 다르며 특히 규모화를 통한 교섭력에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

한편, 각 요인이 유형별로 어떤 영향을 미치고 있는지를 밝히기

위해 실시한 회귀분석 결과, 품목유형별로는 원예유형이 마케팅, 인적 관리에서 정의 영향을, 곡물유형은 원료조달 및 생산에서 정의 영향을, 신소득유형에서는 조직력이 정의 영향을 나타냈다. 이는 원예품목의 경우 철저한 조합원 관리를 바탕으로 전략적인 마케팅 활동을 실시하는 것으로 볼 수 있으며 곡물유형의 경우 기본적으로 원료수급에 강점이 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 신소득 유형은 새로운 소득작물이라는 특성상, 조합원의 이탈을 막기 위해 조직력을 바탕으로 조직체를 운영하는 것으로 나타났다. 조직 형태별로 살펴보면, 농협은 마케팅, 인적 관리, 규모화에서 정의 영향을, 법인유형은 원료조달에서 정의 영향을 나타냈다. 이는 농협이 연합마케팅사업 등 대규모 마케팅 활동을 충실히 이행한 결과로 보이며, 기본적으로 최근의 조직화 사업으로 규모화 정도와 인적관리 능력이 부각되고 있는 것으로 보인다. 법인의 경우 기본적으로 소득극대화를 목표로, 원료수급을 통한 거래교섭력 확보에 주력하고 있는 것으로 판단된다. 조직규모별로 살펴보면, 대형조직의 경우 원료조달 및 생산, 마케팅 능력에서 정의 영향을 보였으며 중형유형의 경우 규모화요인에서, 소형유형의 경우 안전성 요인에서 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기본적으로 대형조직의 경우 원료조달을 통한 거래교섭력을 확보한 것으로 보이며, 생산기술의 투자 및 마케팅 활동을 상대적으로 철저히 하고 있는 것으로 판단된다. 중형 조직의 경우에도 대형조직과 마찬가지로 거래교섭력을 발휘할 정도의 물량확보가 가능한 것으로 나타났다. 소형조직의 경우에는 안전성이라는 요인에 특화시켜 조직의 경쟁력을 높이는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과를 바탕으로 산지조직화 활성화 방안을 살펴보고자 한다. 우선 산지유통종합평가를 기초로 하는 농협 및 법인조직을 중심축으로, 규모화에 의한 매출액 증대전략을 통해 생산자 마케터로서 기능과 역할을 성실히 수행할 수 있도록 기본 틀을 만들어 나가는 것이 매우 중요하다. 또한 우리나라 조직화 사업에서 견인차 역할을 해온 인력 육성, 다양한 조직지원제도, 마케팅 인력 육성사업 등에서 정부의 지원사업과 연계된 사업진행이 가능하도록 지원해 나가야 할 것이다. 이를 위해 기본적으로 규모화를 통한 조직화는 효율성은 입증되었다고 생각한다. 다만, 아래로부터 조직화를 통해 지속가능한 조직화가 필요하며 이를 위해서는 소그룹 위주의 다양한 산지유통조직에 대한 지원이 필요하고, 이를 바탕으로 보다 규모 있는 조직화로 성장·발전시켜 나가는 전략이 필요하다. 또한 산지조직화의 질적 성장을 위해서는 다양한 형태의 조직화유형을 발굴·양성할 필요가 있으며, 지역과 품목특성 등에 맞는 조직화 방안을 설정하여 지원하는 형태로 진행되어야 할 것이다. 또한 기존의 산지유통조직에 대한 인센티브, 마케터지원, 인력육성 사업 등을 보다 강도 있게 진행하여 지속가능한 산지유통 조직으로 양성해 나가야 하며, 장기적인 관점에서 소규모 조직화에 대한 지원제도를 통해 향후 규모화를 이루는 기초단위로서 활용해 나가야 할 것이다. 이러한 과정들이 차질없이 이루어진다면 비록 조직화의 속도가 조금 늦게 진행되더라도 안정적인 산지조직

화를 이루는 데에는 일정부분 긍정적인 기여를 할 수 있을 것이라 생각한다.

References

- Hong, Sung-Hyun (2011). A Study on the STP analysis for native food restaurant. Seoul, Korea: Thesis for Doctorate in Kunkuk University.
- Hwang, Kyu-Suk (2009). A present Market Confrontation Situation and Development Schemes of Place of Origin's Marketing Groups. Daejeon, Korea: Thesis for Doctorate in Chungnam University.
- Hwang, Ui-Sik, Choi, Byung-Ok, Kim, Ta-Ei, & Lee, Ki-Hyun (2012). *A Study on Strengthening the Role of Agrifood Corporations and Policy Strategies for vitalizing Agricultural Marketing in Producing District*. Seoul, Korea: KREI.
- Kim, Chang-Hwan, & Park, Jeong-Woon (2013). A Study on Producing Organization through Analysis on the Characteristics of Best Practices. *Korea Journal of Food Marketing*. 30(4), 67-87.
- Kim, Chang-Hwan, & Wi, Tae-Seok (2014). A Study on the factor analysis for Producing Organization. *Proceedings of the summer Conference of KFMA*(pp. 457-482). Jeonju, Korea: KFMA.
- Kim, Hee-Dong, Park, Jeong-Woon, Lee, Seog-Won, & Yang, Sung-Bum (2012). The Estimation of Willingness to Pay and Participate on the Green-care in Agriculture. *Journal of Hotel & Resort*. 11(3), 245-262
- Kuk, Seung-Yong, & Choi, Byung-Ok (2008). *A Study on Success Factors of Farmer prime s Marketing Organizations*. Seoul, Korea: KREI.
- Kuk, Seung-Yong, Hwang, Ui-Sik, & Kim, Mun-Myoung (2011). *Policy Improvement on Agricultural Marketing in Producing District*. Seoul, Korea: KREI.
- Kwon, Sung-Ku (2004). Results and Improvement Subjects of Joint Marketing Program by Agricultural Cooperative. *Korea Journal of Food Marketing*. 21(4), 129-147.
- Park, Jin-Do (2005). *Reconstruction of Rural Development*. Seoul, Korea: Hanul Publishing.
- Park, Mun-Ho, & Lim, Ji-En (2014). *Analysis of the management situation of Agricultural Corporations*. Seoul, Korea: KREI.