한국정원디자인학회지 1(1) : 15~22, 2015. 9.
JOURNAL OF THE KOREAN INSTITUTE OF GARDEN DESIGN ISSN 2465-8146

전북 주요 도시 관엽식물 유통실태에 관한 연구

이경의 · 최연우 · 안제준 · 박율진

전북대학교 생태조경디자인학과

Study on Distribution of Foliage Plants in Major Cities of Jeonbuk

Lee, Kyoung-ui · Choi, Yeon-Woo · Ahn Je-Jun · Park, Yool-Jin

Dept. of Ecology Landscape Architecture-Design,
The Graduate School of Chonbuk National University

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify problems of farming foliage plants in Jeollabuk-do Province by analyzing actual conditions of cultivation and circulation activation of foliage plants and to help farmers to solve problems. The research was conducted in Jeonju, Gunsan and Iksan as the main locations since these three regions are principal cities in Jeollabuk-do Province. The objects of this study are foliage plants farms, cultivation area, species of trees, quantity of trees, sales form and distribution structure.

The research was conducted by visiting 254 target farmlands for one-on-one interview survey. SPSS 1.8 was used to record the result of survey.

In accordance with the distribution management form, the sale places are usually located in local shopping district where floating population, sales and consumption are active. The sales places, the building form and the method of cultivation and distribution as mentioned are resulted from local convenience.

In conclusion, Jeolla Buk-do where is the object of this study has inadequate system(infrastructure) to support farmlands and flower shops even though Jeollabuk-do is agricultural region. It is considered that the system that forms distribution network must be constructed for future-oriented cultivation of foliage plants and cultivation activation.

Key Words: Foliage Plant, Production Status, Distribution

국문초록

본 연구의 목적은 전라북도의 관엽식물의 재배와 유통 실태를 파악하여, 농도(農道)인 전라북도의 관엽식물 재배 농가의 문제점을 파악하고, 그들에게 도움이 되었으면 하는 바램에서 전주, 익산, 군산을 중심으로 조사 연구를 하였다. 연구 대상은 생산 농가, 재배 면적, 수종, 수량, 판매 형태와 유통의 구조 등이다.

본 연구의 방법은 도내 재배 농장 254곳을 방문하여 현황조사 후 설문지를 작성 조사하여 설문결과를 SPSS 1.8을

Corresponding author: Park, Yool-Jin, Department of Ecology Landscape Architecture-Design, The Graduate School of Chonbuk National University, Phone: +82-63-850-0738, E-mail: land@jbnu.ac.kr

사용하였다. 경영형태에 따른 유통에서 판매위치는 농촌지역보다 이동인구와 판매소비가 많은 지역인 상가지역, 주택지(아파트 포함) 지역에 많이 분포되어, 이러한 결과는 건물형태, 재배 및 판매 유통 활동에 지리적인 편의성에 기인한 것으로 판단된다.

이상에서 연구대상지인 전라북도는 농도임에도 불구하고, 총체적으로 재배농가 및 화원을 지원하는 제도 및 기준 등이 구체적, 실제적으로 미흡한 실정으로 판단되며, 미래지향적인 관엽식물재배 및 유통활성화를 위하여 생산자들의 조직과 기술 축적 등에 관한 유통 네트워크를 형성하는 시스템이 구축되어야 한다고 사료된다.

주제어: 관엽식물, 생산실태, 유통

Ⅰ. 서론

관엽식물(Foliage plant, 觀葉植物)은 식물의 잎을 관상의 대상으로 하는 식물을 통틀어 이르는 용어로서, 잎과 동시에 모양 전체나 꽃을 관상하는 경우도 많다. 근래에는 아열대 및 열대 원산의 아름다운 잎, 잎자루, 줄기 등을 지닌 이국적인 상록식물을 말한다.

관엽식물은 용도별로 실내장식용, 취미용, 재배용, 선물용 등으로 나눌 수 있으며, 실내 조경의 기능과 효과는 크게 미적 기능, 심리적 기능, 환경기능, 건축기능, 광장기능, 치료기능, 학습기능 등으로 구분해 볼 수 있다. 그리고 현재의 실내조경의 효과는 스트레스 해소나 원예치료 등의 정서적인 효과와 건축적 공학적 기후조절 기능 등의 환경조절 효과가 중요한 요소로 나타나고 있다.

우리나라 화훼류는 초창기에 재래시장 위주의 위탁상가를 중심으로 거래되기 시작했다. 위탁상거래는 불투명한 가격형성, 높은 수수료, 판매 잔품 폐기 등의 단점이 있어 소규모 생산자 및 소비자를 보호하고, 가격안정을 돕기 위해 1991년 최초의 화훼류 법정 도매시장인 양재동 화훼공판장이 설립되었다. 양재동 화훼공판장은 2012년 전국 6개 화훼공판장 경매실적의 50%인 1,066억 원의 경매실적을 달성(aT 한국농수산식품유통공사 화훼공판장, 2013)하였으며, 출하농가와 중도매인에게 자금지원, 화훼류 습식유통 추진, 사전주문거래제 추진 등 꽃 산업의 선진화와 공정거래 정착을 위한 사업을 추진하고 있다. 또한, 유통 조성사업뿐만 아니라, 화훼관련 전시행사 지원, 견학지원, 생활꽃꽂이 강습 등 화훼소비 활성화를 위한 사업도 전개하고 있다(이계정, 2014).

조경수 유통구조에 관한 선행연구는 류재호(2004)가 '조경수목 유통정보의 인터넷 활용실태와 개선방향에 관한 연구'에서 인터넷의 활용을 통해 조경 수목 유통이 이루어지는 사례는 미흡하며, 조경수목 유통방식에서 이루어지는 사례조사를 통한 연구가 필요하다고 제시하고 있고, 임현택(2010)은 '관목류 조경수종의 유통현황과 전망'에서 수요와 유통을 고려한 생산 계획을 세워 통계자료를 구축 분석하여야 한다고 제시하고 있으나, 관목류 조경수 유통분야에 있어 가장 큰 문제점은 전문적인 유통 전문 업체 또는 유통센터가 없다는 점을 지적하면서 이를 위해 관목류 생산 단지에 전문 경영인이 운영할 수 있는 전문 유통센터 구축이 필요하다고 보고하고 있다.

윤수오(2002)는 관엽류 유통의 문제점이라는 연구에서 관엽류가 거의 고온식물로 온도가 높은 남부지방이 서울 근교보다 연료비도 적게 들고, 재배여건이 월등히 유리하다고 밝히며, 2000년대부터 농업의 위기를 어느 때보다 절감하고 있으면서도 고소득 작목인 관엽류 재배를 지방에서 거의 포기하다시피 하고 있는데, 이는 빠른 시일 내에 지방에도 상설 관엽류 도매시장을 유치시켜 가격의 투명성과 안정된 판로를 확보하고, 비용의 절감으로 생산자 소비자 모두를 보호하는 방향으로 개선되어야 한다고 제시하고 있다.

최은영(2007)은 우리나라의 화훼 소비 촉진을 위해서 시대에 부응하는 상품을 만들어 구매자의 구입목적과 소비층을 넓히는 것이 화훼산업에서 매우 중요함을 강조하면서 현대인의 변화되는 수요패턴을 충족시킬 수 있는 여러 가격대의 다양한 선물용 화훼상품을 제작 유통시켜서 일상에서 편리하고 부담없이 구입할 수 있게 하는 것이 필요하다고 보고하고 있다.

허북구 등(2005)은 광주·전남지역에서 관엽식물 10종의 유통실태와 그 배경에 관한 연구를 통해 서울, 경기 지역에 비해 기후적으로 유리한 광주·전남 지역에서 생산되는 품목의 품질 향상과 더불어 새로운 품목의 도입과 재배 등 관엽식물의 생산 활성화를 위해서는 우선적으로 생산자들의 품목별 작목반조직, 기술축적에 대한 열의를 갖도록 노력하고, 그 다음 생산자와 도매상 그리고 학계와 관련기관 등이 네트워크를 형성해 생산품목 및 방향 결정에 시장과 소비동향이 반영되도록 하는 것은 물론, 현장의 애로사항이 해결될 수 있도록 하는 시스템이 이루어져야 한다고 연구 결과를 보고하고 있다.

이상과 같이 관엽식물의 유통 등에 관한 연구경향은 나타났지만, 지역적으로 구체적이며, 실제적인 재배현장과 지역산업 유통구조 측면에서의 연구는 매우 미미한 실정이다. 지역적으

로 편중되지 않은 균형적인 화훼산업의 발전을 위하여 관엽식물 유통에 대한 지속적인 연구가 실행되어야 할 것으로 판단한다.

이에 본 연구는 전라북도 전주, 군산, 익산지역을 중심으로 주 판매처, 용도별 판매되는 관엽식물의 종류 등을 분석하여 향후 전망 있는 관엽식물 재배업의 발전을 위하여 다양한 측면에서 바라본 미래 지향적인 관엽식물 농장의 유통활성화에 관한 기초자료를 제공하는데 목적이다.

II. 연구의 방법

1. 연구대상지 현황

전라북도는 한반도 서남부에 위치하는 조경수 관엽식물 생산에 적합한 온화한 기후를 가지고 있어 관엽식물 생산이 활발하게 이루어지고 있으며, 특히 KTX와 호남, 서해안 고속도로가 관통하는 지방 교통의 요지로 편리한 접근성을 갖추고 있다.

따라서 본 연구 공간적 범위는 전라북도 주요 도시인 전주, 익산, 군산 중심으로 현재 관엽식물 생산 농가의 주 판매처, 용도별 판매되는 관엽식물의 종류 등을 분석해 보고자 하며, 연구 대상지의 시군별 부류별 현황은 표 1과 같다.

2. 연구내용

본 연구는 내용적인 범위로는 전라북도의 주요 도시인 전주, 군산, 익산지역을 중심으로 유통활성화 방안을 모색하기 위해 실시되었으며, 대상지 및 응답자를 직접 방문하여 일대일 면접 설문조사를 실시하였다.

3. 연구방법

시간적 범위는 2014년 5월부터~ 7월까지 사전 참고문헌 및 현장조사를 통하여 재배실태 및 유통현황을 조사하여 자료를 정리하였다. 그리고 설문조사는 2014년 8월 20일부터 9월 20일까지 실시하였으며, 조경수에 관심이 있는 대학원생에게 사전에 본 연구의 내용과 설문지의 용어 등을 충분히 교육한 후, 대상지 및 응답자를 직접 방문하여 일대일 면접설문조사를 실시

표 1. 시군별 부류별 현황

기관명	초화류				구근류		
	농가수 (호)	면적 (m^3)	판매량 (본, 분, 주)	판매액 (천원)	농가수 (호)	면적 (m^3)	판매량 (본, 분, 주)
합계	6	63,077	7,250,600	560,480	1	3,300	10
전주시	0	0	0	0	0	0	0
군산시	0	0	0	0	0	0	0
익산시	0	0	0	0	0	0	0
기타 지역	6	63,077	7,250,600	560,480	1	3,300	10

자료 : 2014 전북도청 내부자료

표 2. 전북 주요 도시 화훼판매 현황

기관명	화목류				관상수류			
	농가수 (호)	면적 (m^3)	판매량 (본, 분, 주)	판매액 (천원)	농가수 (호)	면적 (m^3)	판매량 (본, 분, 주)	판매액 (천원)
합계	415	2,550,874	2,535,460	1,304,371	576	6,641,172	767,172	1,982,125
전주시	0	0	0	0	0	0	0	0
군산시	4	43,240	16,600	83,000	7	52,868	9,350	64,900
익산시	2	15,237	17,700	86,411	3	40,118	12,150	152,200
기타 지역	409	2,492,397	2,501,160	1,134,960	566	6,548,186	745,672	1,765,025

자료 : 2014 전북도청 내부자료

표 3. 설문조사의 내용 및 항목

구분	조사항목	문항수
개인특성	성분, 연령, 교육정도, 업종형태	4
판매형태	생산판매위치, 건물형태, 판매형태 순서대로, 재배가격 및 유통정보 습득, 농원경영상 어려운 점, 농원 경영상 어려운 점 해결방안	6
계		10

하였다.

설문지 작성 및 자료수집은 설문조사에 사용한 설문지의 내용은 개인적 특성과 재배업종, 재배와 판매형태 등으로 분류하여 총 28문항으로 구성하였으며, 설문조사의 내용 및 항목은 표 3과 같다.

설문지는 총 300부중 272부의 설문지를 회수하였으며, 부적절한 응답을 제외한 254부를 분석하였다.

전주, 군산, 익산 지역을 중심으로 관엽식물 재배실태를 파악하고, 유통활성화 방안을 모색하기 위해 실시하였으며, 수집된 자료는 응용통계연구소에 의뢰하였다. 통계처리를 위해 사용한 통계 프로그램은 SPSS 18.0이며, 본 설문분석의 과정은 다음과 같다.

먼저, 조사대상자의 인구사회학적 특성, 관엽식물 재배현황 및 유통 현황을 파악하기 위해 빈도분석을 이용하였다. 또한, 경영형태별 재배현황 및 유통현황을 살펴보기 위해 교차분석 및 독립표본 *t*-검정, 판매위치별 유통현황을 살펴보기 위해 교차분석을 실시하였다.

Ⅲ. 연구결과 및 고찰

1. 조사 응답자의 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴보면, 조사지역은 '전주시' 112명(44.1%), '군산시' 78명(30.7%), '익산시' 64명(25.2%)이며, 성별은 '남자' 133명(52.4%), '여자' 118명(46.5%)으로 나타났다.

연령을 살펴보면 '20대' 23명(9.1%), '30대' 54명(21.3%), '40대' 103명(40.6%), '50대' 57명(22.4%), '60대 이상' 16명(6.3%)이며, 최종학력은 '무학' 1명(0.4%), '초등학교' 8명(3.1%), '중학교' 27명(10.6%), '고등학교' 131명(51.6%), '대학교' 84명(33.1%), '대학원 이상' 1명(0.4%)으로 나타났다. 농원의 경영형태는 재배만 실시하는 농원은 30곳(11.8%), 판매만 실시하는 농원은 160곳(63.0%), 재배와 판매를 모두 실시하는 농원은 64곳(25.2%)으로 나타났으며, 전·겸업형태를 살펴보면 관엽식물만 전업으로 실시하는 곳은 142곳(55.9%), 다른 품종도 함

표 4. 응답자의 일반적 특성

특성	구분	빈도(명)	비율(%)
조사지역	전주시	112	44.1
	군산시	78	30.7
	익산시	64	25.2
성별	남자	133	52.4
	여자	118	46.5
	무응답	3	1.2
연령	20대	23	9.1
	30대	54	21.3
	40대	103	40.6
	50대	57	22.4
	60대 이상	16	6.3
	무응답	1	0.4
최종학력	무학	1	0.4
	초등학교	8	3.1
	중학교	27	10.6
	고등학교	131	51.6
	대학교	84	33.1
	대학원 이상	1	0.4
	무응답	2	0.8
경영형태	재배만	30	11.8
	판매만	160	63.0
	재배 및 판매	64	25.2
전업/겸업	전업	142	55.9
	겸업	103	40.6
	무응답	9	3.5
전체		254	100.0

께 겸업하는 곳은 103곳(40.6%)으로 나타났다. 이는 농원 경영형태 대부분이 영세하여 소규모적인 가족 경영형태인 것으로 볼 수 있다.

2. 조사지역에 따른 주요 관엽식물의 유통 현황

1) 조사지역별 관엽식물 판매위치

조사지역과 관엽식물 판매위치의 연관성을 살펴본 결과, 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(χ^2=10.651, p=0.222). 따라서 조사지역과 관엽식물 판매위치 간의 연관성은 없다고 할 수 있다. 생산판매의 유통거래를 위하여 대다수 지역에서 농촌지역보다 시가지 지역에 판매장이 위치하고 있음을 표 5의 결과로 확인할 수 있다.

2) 조사지역별 관엽식물 판매업체의 건물형태

조사지역과 관엽식물 판매업체의 건물형태의 연관성을 살펴본 결과, 표 6에서와 같이 유의수준 5% 하에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(χ^2=7.535, p=0.110). 따라서 조사지역과 비닐하우스 및 집단상가 등 건물형태 간의 연관성은 없다고 할 수 있다.

3) 조사지역별 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로

조사지역과 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로의 연관성을 살펴본 결과, 표 7에서와 같이 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(χ^2=11.640, p=0.168). 따라서 조사지역과 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로 간의 연관성은 없다고 할 수 있다.

이는 인접도시 간 교통 및 통신수단의 용이성으로 인해 조사지역간 차이가 없는 것으로 판단된다.

3. 경영형태에 따른 주요 관엽식물의 유통 현황

1) 경영형태별 관엽식물 판매위치

경영형태와 관엽식물 판매위치의 연관성을 살펴본 결과, 표 8

표 5. 조사지역별 관엽식물 판매위치 (%)

구분	시가지	주택지	회사지역	농촌지역	기타	전체	χ^2	p-value
전주시	47(44.3)	32(30.2)	6(5.7)	17(16.0)	4(3.8)	106(100.0)	10.651	0.222
군산시	23(35.9)	16(25.0)	10(15.6)	14(21.9)	1(1.6)	64(100.0)		
익산시	26(48.1)	17(31.5)	6(11.1)	4(7.4)	1(1.9)	54(100.0)		
전체	96(42.9)	65(29.0)	22(9.8)	35(15.6)	6(2.7)	224(100.0)		

* p<0.05, ** p<0.01.

표 6. 조사지역별 관엽식물 판매업체의 건물형태 (%)

구분	비닐하우스	집단상가	기타	전체	χ^2	p-value
전주시	31(29.2)	63(59.4)	12(11.3)	106(100.0)	7.535	0.110
군산시	28(43.8)	27(42.2)	9(14.1)	64(100.0)		
익산시	17(31.5)	34(63.0)	3(5.6)	54(100.0)		
전체	76(33.9)	124(55.4)	24(10.7)	224(100.0)		

* p<0.05, ** p<0.01.

표 7. 조사지역별 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로 (%)

구분	지인	협회 및 농원	중간 상인	인터넷	기타	전체	χ^2	p-value
전주시	19(17.9)	43(40.6)	32(30.2)	10(9.4)	2(1.9)	106(100.0)	11.640	0.168
군산시	12(18.8)	14(21.9)	27(42.2)	10(15.6)	1(1.6)	64(100.0)		
익산시	13(24.1)	18(33.3)	13(24.1)	10(18.5)	0(0.0)	54(100.0)		
전체	44(19.6)	75(33.5)	72(32.1)	30(13.4)	3(1.3)	224(100.0)		

* p<0.05, ** p<0.01.

표 8. 경영형태별 관엽식물 판매위치 (%)

구분	시가지	주택지	회사지역	농촌지역	기타	전체	χ^2	p-value
판매만	74(46.3)	43(26.9)	19(11.9)	20(12.5)	4(2.5)	160(100.0)	8.362	0.079
재배·판매	22(34.4)	22(34.4)	3(4.7)	15(23.4)	2(3.1)	64(100.0)		
전체	96(42.9)	65(29.0)	22(9.8)	35(15.6)	6(2.7)	224(100.0)		

* p<0.05, ** p<0.01.

표 9. 경영형태별 관엽식물 판매업체의 건물형태 (%)

구분	비닐하우스	집단상가	기타	전체	χ^2	p-value
판매만	41(25.6)	95(59.4)	24(15.0)	160(100.0)	22.613**	<0.001
재배·판매	35(54.7)	29(45.3)	0(0.0)	64(100.0)		
전체	76(33.9)	124(55.4)	24(10.7)	224(100.0)		

* p<0.05, ** p<0.01.

에서와 같이 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(χ^2=8.362, p=0.079). 따라서 경영형태와 관엽식물 판매위치 간의 연관성은 없다고 할 수 있다. 판매위치는 나타난 결과와 같이 일반적으로 이동인구가 많은 지역인 시가지, 주택지(아파트 포함) 지역에 많이 분포된 것으로 정원적 소비가 있는 것으로 나타났다.

2) 경영형태별 관엽식물 판매업체의 건물형태

경영형태와 관엽식물 판매업체의 건물형태의 연관성을 살펴본 결과, 표 9에서와 같이 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(χ^2=22.613, p<0.001). 따라서 관엽식물 판매업체의 건물형태는 판매만 실시하는 농원인 경우 '집단상가'(59.4%)의 비율이 높으며, 재배와 판매를 모두 실시하는 농원인 경우 '비닐하우스'(54.7%)의 비율이 높은 것으로 나타났으며, 이는 재배 및 판매 활동에 지리적인 편의성이 기인한 것으로 판단된다.

3) 경영형태별 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로

경영형태와 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로의 연관성을 살펴본 결과, 유의수준 5% 하에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(χ^2=9.266, p=0.055). 따라서 경영형태와 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로 간의 연관성은 없다고 할 수 있다. 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로는 일반적으로 협회 및 화훼농원, 중간상인 등을 통해서 습득하는 것으로 나타났다(표 10).

4) 경영형태별 관엽식물 주 판매용도

경영형태와 관엽식물 주 판매용도의 연관성을 살펴본 결과, 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(χ^2=4.090, p=0.394). 따라서 경영형태와 관엽식물 주 판매용도 간의 연관성은 없다고 할 수 있다.

표 11에서의 결과에서 관엽식물 소비자의 주 구매용도는 선물용이 대부분인 것으로 나타났다.

4. 판매위치에 따른 주요 관엽식물의 유통 현황

1) 판매위치별 관엽식물 판매업체의 건물형태

판매위치와 관엽식물 판매업체의 건물형태의 연관성을 살펴

표 10. 경영형태별 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로 (%)

구분	지인	협회 및 농원	중간 상인	인터넷	기타	전체	χ^2	p-value
판매만	36(22.5)	45(28.1)	52(32.5)	25(15.6)	2(1.3)	160(100.0)	9.266	0.055
재배·판매	8(12.5)	30(46.9)	20(31.3)	5(7.8)	1(1.6)	64(100.0)		
전체	44(19.6)	75(33.5)	72(32.1)	30(13.4)	3(1.3)	224(100.0)		

* p<0.05, ** p<0.01.

표 11. 경영형태별 관엽식물 주 판매용도 (%)

구분	행사용	가정용	선물용	조경용	기타	전체	χ^2	p-value
판매만	50(31.3)	45(28.1)	52(32.5)	12(7.5)	1(0.6)	160(100.0)		
재배·판매	21(32.8)	12(18.8)	24(37.5)	5(7.8)	2(3.1)	64(100.0)	4.090	0.394
전체	71(31.7)	57(25.4)	76(33.9)	17(7.6)	3(1.3)	224(100.0)		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

표 12. 판매위치별 관엽식물 판매업체의 건물형태 (%)

구분	비닐하우스	집단상가	기타	전체	χ^2	p-value
시가지	33(20.5)	116(72.0)	12(7.5)	161(100.0)		
농촌	43(68.3)	8(12.7)	12(19.0)	63(100.0)	64.934**	<0.001
전체	76(33.9)	124(55.4)	24(10.7)	224(100.0)		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

본 결과, 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(χ^2=64.934, $p<0.001$).

따라서 관엽식물 판매업체의 건물형태는 판매위치가 시가지인 경우 '집단상가'(72.0%)의 비율이 높으며, 농촌인 경우 '비닐하우스'(68.3%)의 비율이 높은 것으로 나타났으며, 이는 재배 및 판매 활동에 지리적인 편의성이 기인한 것으로 판단된다(표 12).

2) 판매위치별 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로

판매위치와 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로의 연관성을 살펴본 결과, 유의수준 5% 하에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(χ^2=16.065, p=0.003). 따라서 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로는 판매위치가 시가지인 경우 '협회 및 화훼농원'(36.0%)의 비율이 높으며, 농촌인 경우 중간상인(33.3%)의 비율이 높은 것으로 나타났다. 전체적으로 살펴보면 관엽식물 가격 및 유통정보 습득은 협회 및 화훼농원과 지인, 중간상인에 의존도가 높은 것으로 판단된다(표 13).

3) 판매위치별 관엽식물 주 판매용도

판매위치와 관엽식물 주 판매용도의 연관성을 살펴본 결과, 표 14에서와 같이 유의수준 5%하에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(χ^2=29.810, $p<0.001$). 따라서 관엽식물 주 판매용도는 판매위치가 시가지인 경우 '가정용'(31.1%), '선물용'(37.9%)의 비율이 높으며, 농촌인 경우 '행사용'(44.4%), '조경공사용'(15.9%)의 비율이 높은 것으로 나타났다.

표 13. 판매위치별 관엽식물 가격 및 유통정보의 습득 경로 (%)

구분	지인	협회 및 농원	중간 상인	인터넷	기타	전체	χ^2	p-value
시가지	36(22.4)	58(36.0)	51(31.7)	16(9.9)	0(0.0)	161(100.0)		
농촌	8(12.7)	17(27.0)	21(33.3)	14(22.2)	3(4.8)	63(100.0)	16.065**	0.003
전체	44(19.6)	75(33.5)	72(32.1)	30(13.4)	3(1.3)	224(100.0)		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

표 14. 판매위치별 관엽식물 주 판매용도 (%)

구분	행사용	가정용	선물용	조경용	기타	전체	χ^2	p-value
시가지	43(26.7)	50(31.1)	61(37.9)	7(4.3)	0(0.0)	161(100.0)		
농촌	28(44.4)	7(11.1)	15(23.8)	10(15.9)	3(4.8)	63(100.0)	29.810**	<0.001
전체	71(31.7)	57(25.4)	76(33.9)	17(7.6)	3(1.3)	224(100.0)		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

관엽식물 판매용도 측면에서 살펴보면 시가지인 경우 판매장의 공간 규모 한계성으로 개인 선물용이 대부분인 반면, 농촌인 경우 비교적 판매장의 공간 확보가 용이하여 많은 품목과 수량을 수용할 수 있어 행사용 및 판매용이 많은 것으로 판단되며, 시가지보다 농촌의 경우 임대료 등 생산원가가 더 저렴하기 때문에 판매가격 면에서 시가지보다 농촌이 더 유리할 수 있다고 판단된다.

Ⅳ. 결론

본 연구는 전라북도의 주요 도시인 전주, 군산, 익산지역을 중심으로 현재 관엽식물 생산농가의 유통구조 및 활성화 방안을 모색하기 위해 실시되었으며, 대상지 및 응답자를 직접 방문하여 일대일 면접 설문조사를 실시하여 분석한 결과, 본 연구에서 도출된 주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 경영형태에 따른 유통에서 판매위치는 농촌지역보다 이동인구과 판매소비가 많은 지역인 상가지역, 주택지(아파트 포함) 지역에 많이 분포되어 있으며, 건물형태, 재배 및 판매 유통 활동에 지리적인 편의성이 기인한 것으로 판단된다.

가격 및 유통정보의 습득 경로는 협회 및 화훼농원, 중간상인 등 순으로 나타났다. 주 판매용도 소비자의 대부분 구매용도는 선물용, 가정용 순으로 나타났다. 또한, 농원경영상 문제점 및 어려움은 농원경영 유지관리, 소규모 경영에 따른 자금운영관리 등 순이며, 농원경영상 문제 해결을 위한 최우선 방안은 소비자 판매처 확보, 상품화, 품질관리, 자금운영 관리 순으로 나타났다.

둘째, 판매위치에 따른 유통에서 가격 및 유통정보의 습득 경로는 판매위치가 시가지인 경우, 지인, 협회 및 화훼농원, 농촌인 경우 중간상인 높은 것으로 나타났는데, 농촌지역인 경우는 시가지 경우보다 재배면적이 확보 용이함에 따라 중간상인, 인터넷 직거래가 많은 것으로 보이며, 가격 및 유통정보 습득은 협회 및 화훼농원과 지인, 중간상인에 의존도가 높은 것으로 판단된다. 시가지인 경우, 가정용, 농촌인 경우, 행사용이 높은 것으로 나타났다. 시가지인 경우에서는 상대적으로 많은 소비자층으로 개인 선물용이 대부분인 반면, 농촌인 경우 비교적 판매장의 공간 확보가 용이하여 많은 품목과 수량을 수용할 수 있어 행사 및 판매용이 많은 것으로 판단된다.

지역의 미래지향적인 관엽식물 유통활성화를 위하여 생산자들의 조직과 기술 축적 등에 대한 열의를 갖도록 노력하고, 판매와 소비에 관한 유통 네트워크를 형성해 시장에 반영되도록 하는 것은 물론 현장의 애로사항이 해결될 수 있도록 지원하는 시스템이 만들어 조경산업적 발전에 도움이 되어야 한다고 판단되었다.

References

1. 류재호(2004) 조경수목 유통정보의 인터넷 활용실태와 개선방향에 관한 연구. 한양대학교 석사학위논문.
2. 윤수오(2002) 관엽류 유통의 문제점. 경북대학교 최고농업경영자과정 논문집 8: 95-97.
3. 임현택(2010) 관목류 조경수종의 유통현황과 전망. 건국대학교 석사학위논문.
4. 이계정(2014) 서울 양재동 화훼공판장 활성화를 위한 도입 프로그램 분석. 한양대학교 석사학위 논문.
5. 최은영(2007) 선물용 화훼류의 구매와 판매 경향. 고려대학교 석사학위 논문.
6. 허북구, 유요권, 조자용, 채상엽, 박윤점(2005) 광주·전남지역에서 관엽식물 10종의 유통실태와 배경. 한국인간식물환경학회지 13(1): 69-79.

Received : 27 July, 2015
Revised : 12 August, 2015
Accepted : 12 August, 2015
2인익명 심사필