

## 체란 양계업 경영개선을 위한 생산농가의 대응전략

이경철\* · 장경만<sup>1</sup>

한경대학교 대학원 · 한경대학교 동물생명자원학과<sup>1</sup>

### Abstract

Results of analyses in managerial structure suggested that the way to the success under low egg market price was to develop new products (product discrimination) based on greater portion of retail market share than today's wholesale market in addition to less cost production. Today, agricultural management faces 'days of marketing'. Marketing plans such as high quality eggs, branding and discriminated merchandising becomes important. There are two marketing plans in egg industry, new product and marketing. However, there are no clear ways to success. Marketing plans and efforts will be the main targets in business and clear differences in managerial efficiency will be seen.

(Key words : poultry farm, farm management & economics, sales strategies)

### 서 론

오늘날 축산(양계)경영은 「판매의 시대」로 접어들고 있다. 경영전략 중에서도 판매대책이 중요시되어 고품질, 브랜드화, 상품차별화로 부터 활로를 개척하려고 하는 경영이 증가하고 있다. 생산기술(생산성, 생산원가)의 추구하고 함께 판매대책을 중요시하는 방향으로의 전환 등을 볼 수 있다.

### 재료 및 방법

양계경영의 경영전략과 경영관리의 실태를 파악하여 문제점과 앞으로의 전망 등을 파악하기 위하여 설문조사 및 방문조사를 실시하였다. 조사대상 농장은 평택시 소재의 양계장(20농가)을 중심으로 하였으며 기업 혹은 기업적 경영뿐만 아니라 가족 경영도 꽤 많이 포함되어 있다. 생산 및 판매대응의 차이를 보는 시점으로 사육수수 규모에 의한 계층구분을 시도하였다. 계층의 구분은 가족노동력으로 가능한 상시 성계 사육규모 20천수미만 「소규모」, 가족노동력과 고용노동력에 의하여 성립하고있는 2만수이상 5만수미만을 「중규모」, 주로 고용노동력에 의존하고 있는 5만수이상 「대규모」의 3계층으로 분류하여 검토하였다.

### 연구결과

특수란 생산농장을 포함한 20경영의 조사에 의하여 다음과 같은 점을 규명하였다.

- (1) 양계의 창업연도를 보면 1950년부터 1959년까지 1호, 1970년부터 1979년까지 1호, 1980년부터 1989년까지 6호, 1990년 이후가 16호로 1980년부터 2000년까지 20년간에 창업한 경영이 18호로 전체의 90%에 해당하는 경영이 80년대 이후에 시작하였다.

- (2) 경영자의 평균 연령은 58세로, 경영자들의 대부분 1세대임을 알 수 있으며 그리고 평균연령이 50대가 「10호」 50%로 대부분을 차지하는 것으로 나타나, 세대교체가 임박했음을 알 수 있으나 후계자 문제는 사육규모와 밀접한 관계를 가지고 있어 대규모일수록 후계자가 정해져 있는 반면, 소규모일수록 타 산업으로의 업종 전환이 불가피한 것을 알 수 있다.
- (3) 사육규모별 호수·수수의 점유율을 보면 중규모 계층이 농장 수에서 10호(전체의 50%), 사육수수 30만 7천수(31.7%)로 규모의 축소·확대의 선택을 할 시기가 임박해짐을 느낄 수 있다. 이것은 계사구조와 밀접한 관련이 있기 때문으로 생각이 된다.
- (4) 시설자동화 유형은 계사의 구조와 밀접한 관련이 있는 것으로 보이며 사육규모, 1인당 관리수수에 따라 완전자동화(무창계사)→부분자동화→재래식(수동)으로 구분되며, 조사된 농가의 경우 개방식 계사가 대부분으로 각 농가에 맞는 시설자동화가 이루어진 것으로 보이고 환기, 온도, 점등 시설의 경우에는 자동화가 거의 이루어지지 않아 계사 환경 내부의 시설 개선이 시급한 것으로 보인다.
- (5) 특수란 생산은 조사대상 20호 중 6호로 전체의 30%에 해당하는 경영이 특수란을 생산하고 있으며 이중 브랜드란 3농가, 단순 영양란 2농가, 자연란 1, 계 6호로 나타났으며, 특수란 생산 의미는 단순 영양란의 경우에는 계란판매가격에 큰 영향을 주지 못하나, 브랜드란과 자연란의 경우에는 계란에 대한 적극적인 홍보로 소비자의 선호도를 높여 높은 가격을 받고 있어 앞으로의 양계경영에 있어서 특수란 생산과 판로개척이야 말로 사육규모와 상관없이 가장 중요한 요인이라 할 수 있다.
- (6) 앞에서 설명한 바와 같이 계사구조는 사육규모와 밀접한 관련이 있다. 즉 계사구조는 사육수수를 결정하기 때문이다. 계사 1동 당 수용수수를 보면, 개방식 8천 5백수, 무창계사 4만 9천수이고, 전체의 사육수수에서 차지하는 계사구조는 개방식 80%, 무창계사 15%, 평사 5%로 되어 있어 아직까지 개방식 계사가 대부분을 차지하고 있으나 향후 무창계사로 전환할 것으로 예상되며, 직접적인 전환 동기는, ① 계란생산원가절감, ② 공해부담 절감 등, ③ 작업의 간편화를 통한 노동생산성 확보 등이 작용하는 것으로 나타났다.
- (7) 생산된 계란을 도매로 판매할 것인가 아니면 소매로 판매할 것인가는 수익성에 미치는 영향이 매우 크고 중요하다. 즉, 규모가 클수록 소매 판매 비중이 높아지고 있다. 앞으로 소규모 양계경영은 판매전략을 수립할 필요가 있다. 무엇보다도 계란은 선도와 안전성 등을 바탕으로 생산자의 얼굴이 보이는 판매전략을 확립할 필요가 있다. 한편, 사육규모별 도매와 소매의 비중을 보면, 소규모는 판매량의 82%가 도매, 18%가 소매로 되어있다. 중규모는 판매량의 92%가 도매, 8%가 소매로 되어있고, 대규모는 도매 65%, 소매 35%로 소매비중이 가장 높다. 즉 소규모는 20% 정도를 소매로 판매하기 때문에 경영이 유지되는 것이며, 대규모는 G.P등 가공 부문에 힘을 기울이고 있는 것을 알 수 있다. 이러한 가운데 중규모는 도매에만 의존하기 때문에 수익성의 확보가 어렵다는 것이 증명이 되는 것이다. 다시 말하여 단순한 계란생산과 도매상을 통한 판매로는 경영의 유지발전은 기대하기 어렵고, 소규모 경영의 판매전략이나 대규모 경영의 가공부문에의 비중, 즉 계란판매 전략에 그 성패가 좌우된다고 볼 수 있다.
- (8) 계분 처리는 자연건조, 화력건조, 발효처리 등의 기술적인 측면과, 어떻게 하면 비용을 최소화하여 단시일 내에 처리할 수 있는냐는 경제적 측면의 두 가지가 있다. 금번의 조사에

서는 기술적인 측면과 처리후의 이용과 판매에 대하여 질문을 하였다. 조사결과, 「단순한 퇴적」 17호(85%), 「개방식 발효처리」 2호(10%), 「비닐하우스 내 기계건조」 1호(5%)로 나타났다.

계분 처리 방법은 소규모 「자연건조」 등에서 규모가 커질수록 「발효처리」 등으로 진전되는 것을 볼 수 있다. 또한 판매방법과 계분 처리는 밀접한 관계를 가지고 있다고 볼 수 있다. 이것은 곧 규모확대=계분 처리 방식이 확립이 되지 않고서는 경영의 유지가 어렵다는 것을 일본의 경우를 들어 볼 수 있다. 여기에서 주의해서 보아야 할 것은 계분을 판매하여 수익을 높이는 경영은 극소수이지만 계분을 적극적으로 처리하지 않고는 건전한 양계경영이 어렵다는 것을 의미한다.

### 적 요

계란의 판매전략에는 「제품개발」과 「판로개척」의 두 가지 길이 있으며 이러한 전략적 대응이 필연적으로 성공하고 있다고는 할 수 없다. 판매 노력에 관한 평가는 앞으로 경영진단의 과제가 될 것이며 어느 것을 선택하느냐에 따라서 경영별 유리성은 격차가 더욱더 커질 것이다. 최근 시장개방화와 만성적인 생산과잉에 의한 수익성의 악화로 농가부채 증가 등 채란 양계 경영에 많은 어려움을 겪고 있는 실정이다. 한편 이러한 가운데서도 저 난가의 대응책으로 고부가가치, 상품차별화에 의한 신제품 개발, 판로개척 등 수익성 확보로 맞서고 있는 경영을 볼 수 있다. 앞에서 말한바와 같이 경영구조를 비교 분석한 것을 종합해보면 저 난가 구조하에서 살아남을 수 있는 길은 생산비절감도 중요한 비중을 차지하겠지만 무엇보다도 가격에 대하여 어떻게 대응할 것인가라는 전제하에 도매보다는 소매의 비율을 높인다든지 제품개발(상품차별화)을 통한 고 부가가치의 방향으로 나아가야 할 것이다.

### 참고문헌

- 장경만 1999 일본의 계란 판매전략과 특수란 I. 특수란 생산의 경영적 의의와 경제성. 한국가금학회 제26권 제1호
- 장경만 1999 일본의 계란 판매전략과 특수란 II. 특수란 생산과 판매대응. 한국가금학회 제26권 1호
- 장경만, 新井肇 1999 알기 쉬운 농업경영진단. 도서출판 아 힘
- 장경만, 新井肇, 石岡宏司 1996 採卵養鶏業における鶏ふん處理の經濟性 -埼玉縣における事例分析- 農業經營研究 第34卷 4号