

유통현황과 유통합리화를

위한 제문제점

윤 호 직
<건대측대 교수>

1. 머리말

Marketing(마케팅: 시장유통활동)이란 용어가 사용되기 시작한것은 금세기 초이지만 Marketing의 역사는 인간의 경제생활과 더불어 존재해 왔다.

생산과 수요를 연결하고 재화를 풍부한 곳에서 수요가 많은 곳으로 이동시킨다든가 풍부한 시점에서 희소한 시기까지 저장 보관한다든가 혹은 소유권의 변동에 의하여 만족을 증대시킴으로써 장소효용(場所効用 place utility), 시간효용(時間効用 Time utility), 소유효용(所有効用 Possession utility), 형태효용(形態効用 Form utility)을 창조하는 것이 Marketing이다.

이와 같은 효용의 창조는 그것이 곧 생산활동이므로 마케팅은 경제학에서 말하는 생산의 불가결한 일부일 뿐 아니라 생산물의 형태변화에만 한정하는 협의의 물적생산에 대해서도 큰 영향을 미친다.

그러나 오늘날 우리나라의 농산물 마케팅은 아직 유치한 단계를 벗어나지 못하고 있다. 많은 농기업인들은 마케팅의 개념조차 이해하지 못하는 실정이다.

오늘날 우리의 시장상황도 대량생산에 따른 경쟁이 심해가고 있기때문에 마케팅의 필요성에 대한 인식도 새로히 하지 않을 수 없다.

특히 농산물 마케팅은 농업자체가 지닌 특

수성으로 말미암아 실제적인 수행면에 있어서 공산물 마케팅과 커다란 차이가 있는 것이다. 농산물 마케팅에 관여하는 기관과 단계는 복잡다기하여 일반적으로 유통비용이 과다하므로 집단적마케팅 방법에 의하여 소비자와의 연결단계를 가능한한 단축시키고 유통경로 (Marketing channel)을 단일 직선화하여 유통비용을 최소화함으로써 감소시킴으로써 생산자와 소비자를 동시에 보호할 수 있는 여러가지 방법이 시급히 강구되어야 한다.

이리하여 여기에 오늘날 그 수요가 날로 증대되어 가는 계란과 부로일러의 유통현황을 분석하고 마케팅상의 문제점과 효율적인 마케팅을 위한 방안을 제시코저 한다.

2. Brolier(부로일러)의 유통현황과 문제점

육계의 소비량은 지난 수년동안 괄목할만한 증가를 보였는데 표 1에서 보는 바와 같이 1969년도에 42,251톤을 소비함으로써 65년도에 비해 3배 가까이 증가하였다.

<표 1> 육계의 소비량추세 단위:톤

연도	1965	1966	1967	1968	1969
구분					
계육소비량	14,458	18,700	23,960	33,696	42,251
(수량지수)	(100.0)	(129.3)	(165.7)	(230.3)	(292.9)

자료:농림부

이와 같이 증가일로에 있는 육계의 소비량은 이의 40~50%가 서울에서 소비되고 있으며 따라서 소비량의 비중이 큰 서울의 주변에서 대규모 양계업자에 의한 육계의 대량생산이 이루어지게 되었다.

그러나 이들은 판매과정에 있어서 언제나 불리한 입장에 서고 있는데 이는 유통단계가 복잡할 뿐만 아니라 다단적(多段的)이고 중간상인이나 최종판매상들의 Margin(마진)의 폭이 너무 크다는데 원인이 있다.

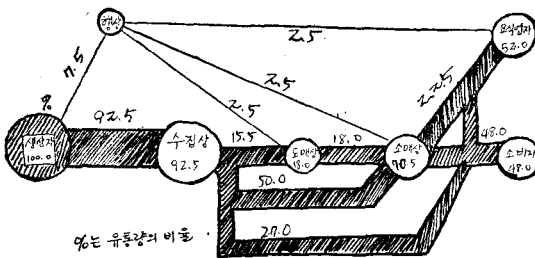
이러하여 우리나라에서 가장 큰 양주군 구리면을 대상으로한 사례조사를 중심으로 육계의 유통현황을 살펴보기로 한다.

일반적으로 닭의 유통경로는 생산자, 수집상, 도매상, 소매상을 거쳐 유통되는 경우가 93%를 차지하고 있고 생산자에서 행상을 통하여 제유통경로를 밟는 것이 7%정도이며 다음 도표 1.2에서 보는 바와 같이 상당히 복잡하다.

또한 부로일러의 유통경로도 상당히 복잡하게 나타나고 있으며 생산자, 도매상, 행상, 판매상 및 식품가공공장, 소비자의 유통경로 뿐만 아니라 생산자가 직접 판매상인 영양센터에 판매하는 경우도 있고 도매상에서 소매상을 거쳐 영양센터나 일반소비자에 이르는 경우도 있다.

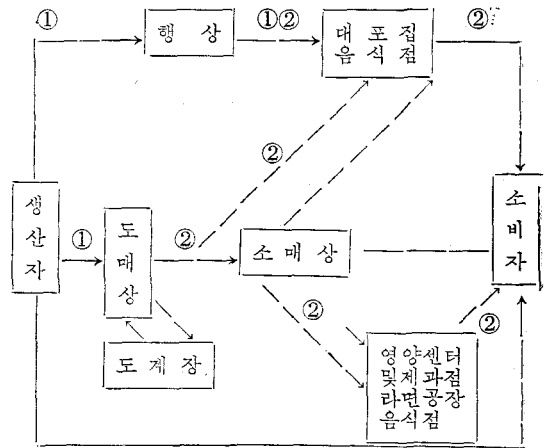
그런데 도매상은 자체도계장을 갖고 수집된 육계를 도계하여 소매상 판매상 일반 소비자에게 판매하고 있다.

도표 1 서울지역의 닭 유통경로(1967 단위 %)



한편 부로일러의 유통마진을 살펴보면 표2에서 나타나고 있는 바와 같이 유통마진은 수집

도표 2 부로일러의 유통경로



주: 1) 양주군 구리면 갈매리의 경우임
2) ①은 생체 ②는 계속임

을 인정하는 경우 총마진을 48.9%인 220원으로 나타냈는데 이중 생산자 단계에서는 수집상들이 부로일러를 구입하려고 하며 자체에서 포장이나 가공을 하지 않기 때문에 유통마진은 나타나지 않고 있으며 도매상이 60원 영양센터에서 130원 기능을 갖고 있는 도매상과 판매상의 개입만의 마진을 차지하고 있다.

그러므로 양계농가의 수취율은 51.1%이며 이는 상당히 낮은 수준의 수취율이라 하지 않을 수 없다.

표 2 부로일러의 유통마진(70. 9. 15)

구분	판매가격	유통마진		비고
		유통마진	구성비	
	원	원	%	
생산자	230	—	—	생산자
도매상	320	90	41	수취율 51.1%
판매상	450	130	59	총마진율
계	—	220	100.0	48.9%

주: ① 부로일러 1kg기준
② 판매상은 영양센터를 말한다.

○양계산물 유통문제

이러한 커다란 부분을 차지하고있는 유통마진(총마진율의 48.9%)의 내용을 살펴보면 다음 표3에서 보는 바와 같이 총마진은 수송비포장비, 하역비, 기타제비등 유통비용과 순마진으로 되어 있는데 도매상이나 영양센터인 판매상이 취하고 있는 순마진이 상당히 높다.

수집기능을 갖고 있는 도매상의 경우 총마진중에서 유통비용 11.0원(12.3%) 순마진(이윤) 79.0원(87.7%)으로서 순마진율이 상당히 높다. 이와 더불어 판매상인 영양센터의 경우도 유통비용75원(57.7%) 순마진 55원(42.3%)으로 나타났는데 이것 역시 순마진율이 상당히 높은 상태에 있다.

이상 부로일리의 유통현황을 살펴해보므로써 우리는 과다한 유통마진으로 인하여, 부로일리생산농가의 수취율은 너무나 낮고 반면 소비자의 부담은 크므로 유통구조개선을 통하여 이의 시정을 강구하여 생산자와 소비자를 보호토록 해야함을 주장하지 않을 수 없다.

표 3 부로일리의 유통비용(1kg당 기준)

구분	도매상	판매상(영양센터)
수송비	1.6	—원
포장비	—	15
하역비	0.7	—
보관비	—	—
검사비	—	—
기타제비	8.7	60
소계	11.0	75
순마진(순마진율)	79.0(87.7%)	55(42.3%)
총마진	90	130

주: ① 도매상의 경우 기타제비에는 종업원 노임제세금이 포함되어 있음.

② 판매상의 기타제비에는 전기료 조미료 기름 종업원노임 제세금 등이 포함되어 있음.

3. 계란의 유통현황과 문제점

계란을 취급하는 주요유통기관으로는 수집상, 도산매상, 소매상, 행상, 축협등이 있으며 그의 유통경로는 닭의 경우 처럼 상당히 복잡함을 다음 도표 3, 4, 5에서 알 수 있으나 서울 근교에

가까울 수록 유통과정이 단순해 짐을 발견할 수 있다.

도표 3, 4, 5는 수원 서울및 인천지역의 달걀에 대한 유통과정을 도해한 것이다. 지역별 주요유통경로를 보면 시장기구면에 있어서 어느정도 공통점이 있으나 그 유통방향과 유통량은 상당한 차이를 나타내고 있다. 또한 이에 종사하는 각종 유통기관의 중요도는 지역에 따라 현저한 차이를 나타내고 있다.

도표에서 보는 바와 같이 달걀에 대한 시장유통경로는 큰 줄거리를 이루고있는 주요유통경로가 있는 반면 지엽적인 경로가 상당히 존재하고 있기 때문에 취급상의 사업규모가 상대적으로영세하며 따라서 시장기구의 유통효율도 낮지 않을 수 없다.

도표 3 서울지역의 계란 유통경로(1967 단위%)

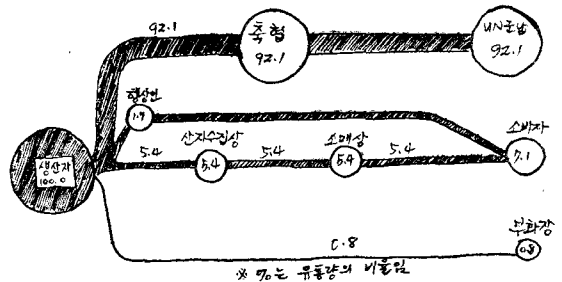


도표 4 수원지역의 계란 유통경로(1967 단위%)

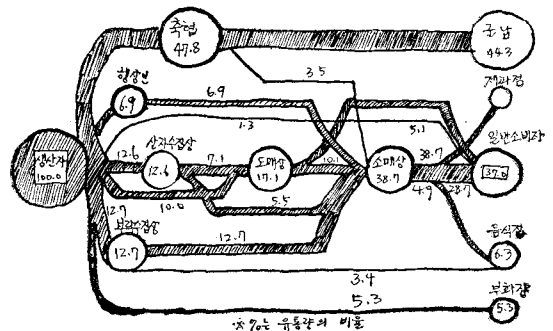
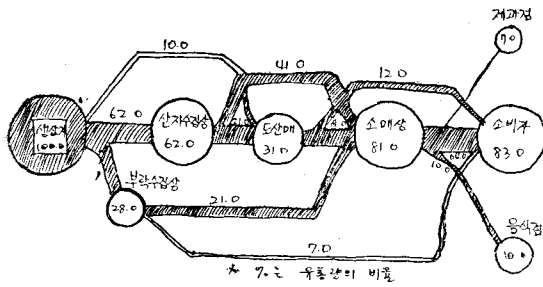


도표 5 인천지역의 계란 유통경로(1967 단위%)



위 도표에서 보는 바 세지역의 유통경로는 일반적으로 복잡한 편이나 생산자로부터 지역수집상과 생산자로부터 축협으로 흘러가는 두개의 유통과정이 주요한 유통경로가 되고 있다.

특히 수원과 서울에 있어서 축산협동조합을 통한 군납은 상당한 비중을 차지하고 있으며 인천의 경우는 군납실적이 전혀 없음을 알수 있다.

이상 계란의 유통경로를 살펴보았으나 이러한 유통경로를 통합으로 인한 유통마진을 살펴보면 다음 표4에서 나타나고 있는 바와 같이 계절에 따라 유통마진의 정도가 현저히 차이를 알 수 있다. 즉 계란의 수요가 상대적으로 많은 봄철의 유통마진은 적으나 환우기인 가을철에는 소매가격과 농장가격간의 마진이 상당히 크게 나타나고 있다. 이와 더불어 농가취득분(農家取得分)도 계절에 따라 큰 차이를 나타내고 있는데 마진이 큰 10월과 11월의 75% 수준에서 3, 4월의 95% 수준까지 약 20%정도의 마진차이를 나타내었다.

그러나 이를 년평균해보면 이들 지역에 있어서 계란유통마진은 13%에 불과하다. 따라서 계란의 유통마진은 부로일터에 비해 상당히 적다는 사실을 알 수 있다.

그러나 한편 이러한 마진의 구성내용을 살펴보면 표5에서 나타나고 있는 바와 같이 계란 100개당의 유통비용은 21원이고 이윤은 119원이다. 이것을 계란 1개당으로 평가하면 유통비용은 21전이고 이윤은 1원 19전이 된다.

또한 비목별 유통비용의 구성내용을 살펴보면 표에서 보는 바와 같이 포장비 수송비 및 조작비가 각각 57%, 29% 14%로 포장비의 비율이

표 4 계란 10개당 월별 유통마진 1967

항목 월별	소비자 지불가격 (A) 1	생산자 수취가격 (B) 2	유통 마진 (A) - (B)	농가 수취분 (B)/(A)
1	100원	89원	11원	89.0%
2	96	88	8	91.7
3	90	88	2	97.8
4	95	90	5	94.7
5	105	95	10	90.5
6	110	99	11	90.0
7	112	104	8	92.0
8	117	113	4	95.7
9	146	118	22	84.3
10	139	106	33	76.3
11	131	97	34	74.0
12	114	91	23	79.8
평균	112	98	14	87.3

- 1) 수원시 제란소매상의 월평균 소매가격임.
- 2) 수원시 및 근교의 양계농가 평균 수취가격임.

상당히 높다.

표 5 계란의 유통비용 및 중간이윤

1967 단위 원/100개당

항목 품목	소비자 지불가격 (A)	생산자 수취가격 (B)	시장 유통마—진		
			계	유통비용	중간이윤
계란	1,120	980	140	21 (15.0)	119 (85.0)

닭의 경우 수송비의 비중이 가장 큰것은 닭가치에 비해 부피가 크고 생물을 운반하기 때문이며 계란은 수송도중 깨어질 염려가 있고 조작이 힘든 것이기 때문에 포장비의 비중이 가장 높은 것이다.

표 6 유통비용의 구성내용 1967

항목 품목	유통비용						
	포장비		수송비		중간조작비		
	금액	비율	금액	비율	금액	비율	
계란	21	12	57.1	6	28.6	3	14.3

○양계산물 유통문제

위에서 계란의 유통현황을 살펴보았으나 이와 병행하여 계란가격의 계절변동을 살펴보고자 한다

일반적으로 연중 산란율이 가장높은 봄철에 있어서는 가장 낮은 시세를 나타내고 환우기(換羽期)인 저산란기인 초가을에 있어서는 계란가격이 가장 높다. 계절별 가격지수를 보면 연평균 100에 대하여 봄철이 90~95% 가을철이 110~130%로 가을과 봄간에는 무려 20~35%의 가격차를 나타내고 있다.

이러한 견지에서 볼 때 모든 양계농가는 보다 나은 양계기술의 도입 및 개선으로 계란의 공급을 년중 평준화시킬 필요성이 있으며 정책적으로 이 문제가 뒷받침 되어야 할 것이다.

계란가격의 계절변동에 대하여 과거 5년간의 평균변동지수를 보면 도표 6, 표 7과 같다. 이는 1967년을 기준년도로 한 1962~1966년 까지의 5개년간 월별 계열(系列)의 지수를 12개월 이동

평균법으로 계산한 것이다.

이와같은 방법으로 산출된 계란의 계절지수는 겨울철인 12, 1, 2월보다 3, 4월인 봄철에 가격이 다소 떨어지고 5월부터 서서히 오르기 시작한 가격은 환우기인 9월에 최고를 이루었다가 10월부터 점차 떨어지고 있다.

도표 6 계란가격의 계절변동(1962-1966)

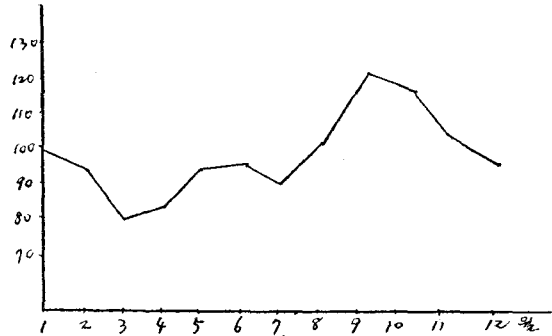


표 7 계란가격의 계절변동지수 (1962-1966)

월 별	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
계절변동지수	98.6	95.8	81.3	84.2	94.4	96.2	93.5	106.6	120.7	119.7	105.9	98.4

한편 계란가격과 관련하여 미래 닭고기 및 계란에 대한 수요의 전망을 소득과 인구증가를 감안하여 살펴보면 표8에서 보는 바와같이 1965년의 기준년도와 예측기간으로서 1969~1976을 비

교하면 해마다 계란 및 닭고기의 소비량이 증가함을 알 수 있다. 특히 1976년과 기준년도인 1965년을 비교하면 2.6배의 계란 수요증가율을 나타내고 있는 것이다.

표 8 계란의 수요에 관한 예측 결과

단 위	품 류	년 도									
		1965	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	
백 만 개 천 수	계 란	1,032 (856)	1,715	1,896	2,057	2,020	2,358	2,523	2,683	2,863	
	닭 고 기	12,061 (11,893)	19,765	21,349	22,817	24,134	25,360	26,636	27,423	28,212	

추 ()내의 숫자는 1965년도의 실제생산량임

위 수요추정은 다음 공식에서 계산되었음

$$O_n = O_{n-1} + O_{n-1}(Ngn + Pn)$$

O_n ~ n년의 수요량

Nn ~ 소득탄력성

gn ~ 전년도비 소득증가율

pn ~ 전년도비 인구증가율

이상에서 부로일러 및 계란의 유통현황과 문제점을 살펴보았으며 이와 병행하여 계란가격의 계절변동과 닭 및 계란에 대한 미래의 수요를 추정해 보았다.

이제 마지막으로 이들의 유통과정상에 제기되는 문제점과 유통합리화를 위한 몇가지 방안을 제시하므로서 결론을 맺고자 한다.

4. 결 론

먼저 유통상의 문제점을 들어보면 첫째, 유통경로가 복잡다기하여 과도한 유통마진이 발생하며 이로 인해서 부로일러 생산농가의 수취율이 너무나 낮다는 것이다. 그러므로 유통경로를 단축하여 유통마진의 폭을 줄임으로서 생산농가의 수취율을 높이기 위한 조치가 반드시 취해져야 한다.

둘째, 닭이나 계란의 경우도 마찬가지로 등급화(grading)가 철저하지 못하여 생산농가가 피해를 입고 있으므로 이들 거래에 있어서는 일정한 기준하에서 거래될 수 있는 등급화가 철저히 시행되어야 한다.

셋째, 계절별 가격의 변동폭이 너무나 크게 나타나고 있으므로 양계농가는 이러한 가격의 계절변동을 정확히 파악하여 공급을 조절할 수 있는 생산방법을 도입해야 할 것이다.

이상에서 열거한 문제점이 오늘날 부로일러 및 계란의 유통합리화를 저해하고 있으므로 생산자 유통기관 소비자의 관계부처는 이러한 문제점을 타개하는데 보다 과감해야 할 것이며 이상 열거한 유통합리화의 방안이 실현되는날 생산자와 소비자의 이익은 보호될 것이고 유통합리화는 스스로 이루어지게 될것임을 확신하는 바이다.

□□

계란판매는 등급제로

웃고사는 소비시민

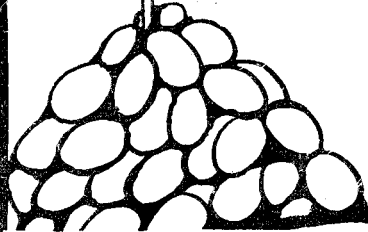
한국가금협회

세계의 경제계



바부콕 B-300
B-390

세계 제 1위는
단연 바부콕



미국 바부콕 원종 농장 특약점

지산부화장

대표 송 두진

부화장: 광주시 동운동 24-19

증계장: 광주시 본촌동 527

(Tel. ②5469)