

닭고기 · 계란

유통현황과 소비증대를 위한 고찰

문 호 직
 <건국대 축대교수>

3) 육류별 소비선호(選好)

동일한 가격과 동일한 중량일 때 육류에 대한 소비자의 선호를 소득계층별로 살펴 보면 표 6-20에서 나타나는 바와 같이 어느 소득층이든 쇠고기에 대한 선호가 가장 많고 그 다음이 닭고기, 세번째가 생선, 네번째가 돼지고기로서 닭고기에 대한 소비선호가 비교적 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 이러한 육계에 대한 소비자의 선호를 보았을 때 쇠고기 값이 상승하고 새로운 소비형태의 개발이 이

〈표 6-20〉 동일 가격 동일 중량일때 소득계층별 소비선호 (단위: 순위)

구분 소득계층	쇠고기	돼지고기	생선	닭고기
30,000원以下	1	3	4	2
30,000~50,000	1	4	3	2
50,000~70,000	1	3	4	2
70,000~90,000	1	4	3	2
90,000~110,000	1	4	3	2
110,000원以上	1	4	3	2
평균	1	4	3	2

루어 진다면 닭고기의 수요는 보다 크게 확대될 것임을 시사하고 있다. 그러나 반면 쇠고기 값이 협정가격에 묶여 그의 가격수준이 상대적 저위성을 나타내고 소비자의 기호에 큰 변화를 일으키는 소비 형태가 개발되지 않는 한 계육의 수요확대는 기대할 수 없음도 이 분석 결과에서 찾을 수 있다.

4) 육계 및 계란의 선택기준

소비자가 육계와 계란을 구입할 때 선택기준을 보면 표 6-20에서 보는 바와 같이 육계의 경우는 어느 소득층을 막론하고 무게와 색깔에 기준을 두고 구입하는 비중이 가장 높고 그 다음이 무게에 기준을 두고 구입하고 세번째의 순위를 차지하는 것이 색깔과 크기에 기준을 두고 있다. 이와 같이 육계 구입시는 중량에 못지 않게 색깔에 커다란 비중을 두고 있는데 이는 신품종 보다 색깔이 있는 재래종이 맛이 있다는 소비자의 욕구에 기인된 현상이며 실제 거래에서도 신품종인 백색과 재래종인 적색 육계에는 가격차가 존재하고 있다.

그러나 최근 신품종에도 재래종과 같은 적색을 나타내는 품종이 많이 도입되어 도계된 상태에서는 구분이 곤란하므로 색깔에 의한 평가기준은 과거 보다는 강력하지 못하다.

한편 계란의 경우는 육계와는 달리 저소득층은 크기에 기준을 두어 구입하는 비중이 가장 높고 고소득층은 색깔과 크기에 기준을 두고 있는 비중이 가장 높으며 그 다음이 무게와 색깔에 기준을 두고 있다.

그러나 계란의 경우 닭처럼 무게에만 기준을 두고 구입하는 비중이 극히 낮음을 알 수 있으며 이는 양보다 질을 중시하는 소비자의 기호에 연유된 현상이라 하지 않을 수 없다.

5. 시장정보의 입수현황과 계량방법

시장에 있어서 수요 공급 및 가격에 관한 적절하고도 정확한 정보는 유통효율을 높이는 데 필요불가결한 요건이다.

이러한 시장 정보의 수집 분석 및 전달은 그 성격상 정부가 수행하는 것이 공정하고도 효율적인 것이다.

그러나 현재 우리나라의 경우 정부의 시장 정보기능은 그 범위가 매우 제한되어 있으므로 지역간의 수급조정이나 가격의 안정화가 잘 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

따라서 정부는 곡류뿐만 아니라 육류의 생산량, 가격동향, 소비자의 구매동향, 정부규제, 국제경제동향 등 입수 가능한 모든 정보를 광범위하게 수집 분석하여 소비자, 생산자 등 각종 유통 주체에 널리 이용케 하고 시장 정보기능을 보다 강화해야 할 것이다.

그리고 육계 및 계란의 법적 등급화 및 표준화의 실시는 물론 거래량 도량형 단위 및 기구의 통일을 기하여 생산자 및 소비자의 이익을 부도덕적인 상인들에 침해되지 않도록 해야 할 것이다.

1) 시장정보 입수 현황

조사가구의 육계 및 계란 가격에 대한 시장 정보 입수 현황을 살펴 보면 전체 소비자가운데서 59%는 가격에 대한 정보의 입수 없이 닭 및 계란을 구입하고 있으며 41%가 라디오, T.V 및 상인들을 통해서 가격정보를 입수 하고 있다.

이 가격정보의 입수방법에 있어서는 표 6-21에서 보는 바와 같이 44.5%가 T.V, 라디오, 신문 및 이웃사람을 통하여 입수하고 있으므로 이해관계가 상반된 상인과의 거래관계에 있어 매우 불리한 입장에 서게 된다.

이와 같이 일반 소비자가 육계 및 계란의 가격정보에 대하여 어둡다는 사실은 부도덕적

인 상인들로 하여금 불공정한 거래를 형성 시키는 계기를 만들어 주고 있으며, 유통효율의 증대에 커다란 하나의 저해요인이 되고 있는 것이다.

따라서 정부는 지역별로 매일 육계 및 계란 시세를 정확히 파악하여 이를 사육자, 중간상 <표 6-21> 육계 및 계란구입시 가격정보인지여부 단위 : %)

구분	T.V, 신문, 라디오, 이웃사람을 통해서 정확하게 구입한다	시장에 서게 된다	기	타	계
소득계층					
30,000以下	33.3	55.6	11.1		100.0
30,000~50,000	39.8	54.8	5.4		100.0
50,000~70,000	43.9	51.0	5.1		100.0
70,000~90,000	48.5	42.4	9.1		100.0
90,000~110,000	34.0	57.5	8.5		100.0
110,000以上	44.5	48.1	7.4		100.0

인, 소비자에게 즉시 통보 할 수 있는 시장 정보 담당기구를 설치해야 하고 나아가 축산물의 장단기 수급조절과 가격변동에 대한 정보를 수집 분석 배분할 수 있는 농업관측사업을 육성 강화해야 한다.

2) 육계 및 계란의 계량 현황

닭 및 계란을 구입할 때 소비자의 계량현황을 보면 표 6-22에서 보는 바와 같이 닭의 경우는 목측에 의한 거래가 50% 이상으로 가장 많으며 그 다음의 전수계량이고 표본계량의 비중은 가장 낮다.

한편 계란의 경우에도 목측에 의한 거래가 닭 보다도 높은 80% 이상을 차지하고 있으며 표본계량이 그 다음이고 전수계량의 비중이 가장 낮다.

이와 같이 닭이나 계란 공히 계량방법은 목측거래에 의존하고 있다는 사실은 거래의 전근대성을 나타내며 이들에 대한 전문적인 지식을 갖고 있지 않는 소비자들에게는 언제나 불리한 입장에 서게 될 뿐만 아니라 상인들에게는 보다 많을 불량마진(Quantity margin)을 얻을 수 있는 계기를 만들어 주는 결과를 초래하게 된다.

〈표 6-22〉

육계 및 계란구입시 계량방법

구분	육				계				란			
	전수계량	표본계량	목측	계	전수계량	표본계량	목측	계	전수계량	표본계량	목측	계
소득계층												
30,000원以下	31.6	26.3	42.1	100.0	5.6	22.2	72.2	100.0				
30,000~50,000	29.8	9.6	60.6	100.0	6.9	11.5	81.6	100.0				
50,000~70,000	35.0	13.6	51.4	100.0	13.9	12.0	74.1	100.0				
70,000~90,000	50.0	100.0	40.0	100.0	6.9	10.3	82.8	100.0				
90,000~110,000	41.9	11.6	46.5	100.0	2.9	5.7	91.4	100.0				
110,000원以上	46.2	2.5	51.3	100.0	7.9	7.9	84.2	100.0				

특히 육계나 계란은 과학적인 등급화 및 표준화가 아직까지 이루어 지지 않은 상태에서 목측거래가 성행되고 있다는 사실은 육계나 계란의 품질향상을 위해서는 커다란 저해요인이 되지 않을 수 없다.

3) 육계 및 계란의 거래방법

조사가구의 육계 및 계란 구입시 단골 거래 여부를 소득계층별로 살펴 보면 표 6-23에서 보는 바와 같이 소득계층이 높아짐에 따라 단골거래를 하는 비중이 높다. 즉 30,000원 이

하의 계층에서는 단골거래를 하는 가구수가 56.3%이고 110,000원 이상의 소득계층은 80%가 단골거래를 하고 있으며 거래기간도 전자는 1.5개월인데 비하여 후자는 11.1개월로서 소득계층에 따라 크게 상이한 양상을 이루고 있다.

한편 단골거래처를 보면 소득계층과는 관계 없이 도산매상에 단골거래가 49~58%로 가장 많고 그 다음이 소매상으로서 39~48%로서 도매상과 소매상에 집중 거래되고 있음을 알 수 있다.

〈표 6-23〉

육계 및 계란구입시 단골거래 유무

구분	단골거래 유무			단골거래 하고 있을 기간	단골거래처				
	하고있다	하고있지 않다	계		소매상	도산매상	수집상	기타	계
소득계층									
30,000원以下	56.3	43.7	100.0	1.5	41.7	58.3	—	—	100.0
30,000~50,000	67.4	32.6	100.0	3.0	42.5	48.9	4.3	4.3	100.0
50,000~70,000	73.3	26.7	100.0	2.8	43.5	50.0	6.5	—	100.0
70,000~90,000	78.8	21.2	100.0	5.3	45.0	50.0	5.0	—	100.0
90,000~110,000	81.4	18.6	100.0	5.9	48.5	48.5	3.0	—	100.0
110,000원以上	80.0	20.0	100.0	11.1	39.2	52.2	4.3	4.3	100.0

6. 육계 및 계란의 소비증대에 대한 소비자 반응

이미 앞에서 육계 및 계란의 수요에 영향을 미치는 요인 즉 인구, 소득, 자재가격, 대차재의 가격, 소비자 기호변화 등에 대하여 분석, 검토 하므로써 수요증대 방안을 모색하였으나 이 밖에 Marketing Service의 개선방안은 무수히 존재할 수 있으나 현실적 조건하에

서는 등급방법 및 도제방법과 포장방법 개선, 소매장소 확대, 매스컴을 통한 새로운 요리법 소개 등이 보다 효율적인 방법이므로 이에 대한 소비자의 반응을 중심으로 이들 수요증대의 방안을 모색코져 한다.

특히 오늘날처럼 많은 양계생산이 수요를 발견하지 못하므로 가격폭락을 야기시키고 있고 수요가 연중 특정 계절에 집중되고 있는 모순을 제거하기 위해서는 새로운 이들 수요 창조 및 확대는 양계사업의 건전한 발전을 위한 좋은 계기가 될 수 있다.

1) 도계방법 개선에 대한 소비자 반응

육계의 전부가 현대화된 도계장에서 도계되어 판매되는 미국의 경우와는 달리 우리나라는 대부분이 시장상인들에 의하여 비위생적으로 도계된 육계를 구입하는 것이 일반화되어 있음이 하나의 문제로 제기되고 있다.

이러한 사실은 현대화된 도계과정의 인식부족과 도계된 육계에 대한 신뢰도가 낮은데 기인된 현상이라 할 수 있다. 이로 인하여 대규모 도계공장의 신설이 불가능하며 신설된 도계공장에서도 그 가동율이 극히 저조한 상태에 머무르고 있는 실정이다.

먼저 현대화된 도계공장의 도계과정에 대한 소비자의 반응을 보면 표 6-24에서 보는 바와 같이 현대화된 도계과정에서 위생적으로 도계된다는 것을 알고 있는 소비자는 30,000원 이하의 저소득층에서는 13%, 110,000원 이상의 고소득층에서는 50%이며 60% 이상이 모르고 있는 실정이다.

그러나 비록 현대화된 도계공장에서 위생적으로 도계되고 있다는 사실을 알고 있는 계층에서도 60% 이상이 시장내의 재래식 도계장에서 산 닭을 구입하여 도계하고 있음을 다음 표 6-25에서 찾아 볼 수 있다. 그 이유를 보

〈표 6-24〉 현대화된 도계공장에서의 위생적으로 도계되고 있는 사실을 알고 계십니까? (단위 : %)

구분 소득계층	구분		計
	알고있다	모르고 있다	
30,000원以下	13.3	86.7	100.0
30,000~50,000	41.6	58.4	100.0
50,000~70,000	36.2	63.8	100.0
70,000~90,000	46.2	53.8	100.0
90,000~110,000	36.2	63.8	100.0
110,000원以上	50.0	50.0	100.0

면 비위생적 이지만 죽은 닭이나 병든 닭이 아님을 믿기 때문에 현대화된 대규모 도계장에서 보다 비위생적인 재래식 도계를 이용한다는 소비자 가구수가 60% 이상으로서 지배

적이며 소비자의 기호나 전통적인 소비관습에 의한 비중은 극히 적다는 사실을 볼 때 현대화된 도계과정에 대한 인식과 그 신뢰도를 높일 수 있도록 하는 방법이 강구되어야 한다.

특히 현대화된 도계공장에서의 도계된 닭이 위생적이고 병든 닭이나 이미 죽은 닭이 아님을 믿을 수만 있다면 이 닭을 구입하겠다는 가구수가 80% 이상이 된다는 것을 표 6-27에서 찾아 볼 수 있으며 이러한 사실로 보아 현대화된 도계공장의 도계과정에 대한 일반 소비자의 올바른 인식이 있게 될 때 미국과 같이 우리나라도 도계공장을 중심으로 한 Vertical Integration이 이루어질 수 있고 이에 의한 원가절하(cost down)는 수요확대의 계기가 되는 것이다.

2) 육계 및 계란의 등급화 개선에 대한 소비자 반응

우리나라는 육계와 계란 검사에 대한 강제 규정이 없이 상인들의 목적평가에 의하여 거래가 이루어 왔으므로 공정타당한 거래의 소지가 마련될 수 없었다.

그러므로 양과 질을 보다 명확히 측정할 수 있는 과학적인 등급기준이 설정되어야 하며 소매단계에서는 이 등급기준에 따른 부위별 소량단위 판매제도를 도입해야 한다.

이와 같은 부위별 등급별 판매제도의 도입에 대한 소비자의 반응을 보면 표 6-27에서 보는 바와 같이 이와 같은 판매제도가 실시되면 90,000원 이하의 소득계층은 33%가 현재보다 소비를 증가 하겠다는 반응을 보였고 90,000~110,000원의 소득계층은 29%가 현재의 소비수준보다 더 증가시키겠다는 반응을 보이므로 이러한 부위별 등급제의 도입을 통한 수요확대의 가능성을 제시하고 있다.

또한 현재대가가 좋다는 가구수는 30,000원 이하의 저소득층과 90,000원 이상의 고소득계층이 적게 나타나고 30,000원~90,000원의 소득계층에서 30%를 나타내고 있으며 수요량에는 관계가 없더라도 그러한 제도가 도입되어야겠다는 가구수가 고소득계층에서 크게 나

〈표 6-25〉 시장안 도계장에서 산 닭을 골라 그 자리에서 잡는 것을 보고 사는 이유

이유	비위생적이거나 닭을 때문	적축이든 닭이든 닭이	과거 그랬던 적이 없다	부구 때	공도 냉동은 서	장계 동 동	에 되 된 닭	서 어 닭	잡 래 은 생 때	은 된 비이	오 닭 위 기	잡 래 은 없	은 지 맛 이	오 닭 이	도 계 이 기	공 계 이 기	장 도 따	기	타	계
소득계층																				
30,000원以下		50.0	30.0	—	15.0	—	5.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0
30,000~50,000		60.0	5.5	3.6	23.6	7.3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0
50,000~70,000		64.2	8.5	1.7	17.9	5.1	1.7	0.9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0
70,000~90,000		55.8	14.0	7.0	16.3	2.3	4.6	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0
90,000~110,000		60.7	10.7	3.6	17.9	7.1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0
110,000원以上		60.0	6.7	3.3	10.0	10.0	6.7	3.3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0

〈표 6-26〉 앞으로 닭이 현대화된 대규모 공장에서 위생적으로 도계처리되면 (단위 : %)

구분	위생적이고 믿을수만 있으면 대규모 공장에서 도계된 닭을 구입한다	재래식 도계공장에서 산 닭은 잡는 것을 보고 구입한다	기타	계
소득계층				
30,000원以下	58.8	41.2	—	100.0
30,000~50,000	81.4	18.6	—	100.0
50,000~70,000	85.0	15.0	—	100.0
70,000~90,000	93.5	6.5	—	100.0
90,000~110,000	73.8	26.2	—	100.0
110,000원以上	87.5	12.5	—	100.0

〈표 6-27〉 닭을 도계하여 다리·내장·앞가슴등으로 등급화하여 판매하면 (단위 : %)

구분	좋은 제도이며 그렇게 하면 소비가 증가한다	현재대로가 으며 그렇게 되 어도 소비가 증가하지 않는다	소비량은 증가 하지 않으나 그 등급제가 실시되면 좋겠다	기타	계
소득계층					
30,000원以下	33.3	27.8	33.3	5.6	100.0
30,000~50,000	34.4	31.3	1.0	—	100.0
50,000~70,000	30.8	36.5	32.7	—	100.0
70,000~90,000	39.4	33.3	27.3	—	100.0
90,000~110,000	29.4	46.7	23.9	—	100.0
110,000원以上	28.6	20.0	51.4	—	100.0

타나고 있다. 이러한 사실에서 볼 때 현재의 등급제도는 시급히 시정되어야 될 것임을 강조하지 않을 수 없다.

3) 육계 및 계란의 포장에 대한

소비자 반응

육계 및 계란의 포장에 대해 소비자의 반응을 보면 6-28표에서 보는 바와 같이 육계의 경우 조사가구의 85% 이상이 포장에 대한 불만을 가지고 있으며 계란의 경우는 육계보다

낮은 약 80%가 포장에 대한 불만을 가지고 있다.

이러한 불만에 대한 이유를 분석하여 보면 표 6-29에서 보는 바와 같이 닭의 경우는 비 위생적이라는 가구수가 약 20%, 보기가 싫다는 가구수가 약 15%를 나타내고 있다.

이와같이 소비자의 관심의 대상이 되는 포장방법의 개선을 통한 수요증대 방안의 강구도 중요시 되지 않을 수 없으며 위생적이며 운반하기에 편리하고 보기 좋은 포장방법의 개발이 촉구되어야 한다.

〈표 6-28〉

육계 및 계란의 포장상태에 대한 반응

(단위 : %)

구 분	육 계			계 란		
	잘되어있다	잘되어 있지 않다	계	잘되어있다	잘되어 있지 않다	계
소득계층						
30,000원以下	22.2	77.8	100.0	36.8	63.8	100.0
30,000~50,000	6.0	94.0	100.0	14.3	85.7	100.0
50,000~70,000	8.2	91.8	100.0	15.0	85.0	100.0
70,000~90,000	12.9	87.1	100.0	24.1	85.9	100.0
90,000~110,000	13.1	86.9	100.0	14.9	85.1	100.0
110,000원以上	16.1	83.9	100.0	25.0	75.0	100.0

〈표 6-29〉

포장이 잘되어 있지 않다면 그 이유는?

(단위 : %)

구 분	육 계					계 란				
	비위생적이다	보기가 좋지 않다	유반하기 불편하다	기타	계	비위생적이다	보기가 좋지 않다	유반하기 불편하다	기타	계
소득계층										
30,000원以下	41.2	17.6	41.2	—	100.0	23.1	15.4	61.5	—	100.0
30,000~50,000	71.9	15.6	12.5	—	100.0	26.2	12.3	61.5	—	100.0
50,000~70,000	57.5	16.4	23.3	2.8	100.0	14.5	17.4	66.7	1.4	100.0
70,000~90,000	53.0	14.8	22.2	—	100.0	20.0	20.0	60.0	—	100.0
90,000~110,000	70.6	8.8	20.6	—	100.0	13.5	5.4	81.1	—	100.0
110,000원以上	52.4	9.5	38.1	—	100.0	19.0	4.8	76.2	—	100.0

는 다소 증대될 것이다.

4) 판매장소 개선에 대한 소비자의 반응

오늘날 육계의 판매장소는 위생적인 시설을 갖추지 못한 노점이나 시장내 냉장시설을 갖추지 못한 닭장과 닭 소매장에서 판매되는 것이 일반적이므로 일반 소비자들의 위생적인 판매장소에 대한 욕구는 강렬하다.

현재의 비위생적인 판매장소에 대한 소비자의 반응을 보면 표 6-30에서 보는 바와 같이 비위생적이며 냉장시설이 되어 있는 식육점에서 소매하는 것이 법적으로 제도화되기를 바라는 가구수가 절대적인 75%를 차지하며 이미 도계된 닭을 믿을 수 없으므로 현재의 판매 방법이 좋다는 가구수가 25%를 차지하고 있다.

그러나 이미 육계의 식육소매점판매를 시도했으나 식육소매상들이 유통마진 특히 물량마진이 적다는 이유때문에 육계 판매를 원하지 않으나 이를 법적으로 제도화 해야 한다. 냉동시설을 갖춘 식육소매상에서 부위별 등급별 판매를 하게되면 일반 소비자의 수요

〈표 6-30〉 닭을 식육점에서 판매한다면

(단위 : %)

구 분	위생적이므로 믿을 수 없으므로 현재대로	법적으로 그렇게 하면 좋겠다	믿을 수 없으므로 현재대로	기타	계
30,000원以下	75.0	25.0	—	—	100.0
30,000~50,000	61.7	36.2	2.1	—	100.0
50,000~70,000	75.5	22.6	1.9	—	100.0
70,000~90,000	80.0	11.4	8.6	—	100.0
90,000~110,000	70.0	30.0	—	—	100.0
110,000원以上	72.5	27.5	—	—	100.0

* 경영일지 발매

대한양계협회는 양계가 여러분의 올바른 경영진단을 하므로써 수익을 높힐 수 있도록 양계경영일지를 발매하고 있습니다. 올바른 기록이야말로 성공의 지름길임을 명심합시다.

주문처 : 중구 양동 44~28