

판매면에서 본 미국의 사료공업

김 대 성 역

(부국사료(주)총무부장)

양축가에 있어서 품질 좋은 사료라고 하는 것은 잘못된 생각이 아닐까? 양축가 마다의 환경, 경영규모, 사양형태, 노동력 등이 다른 것처럼 사료도 다른 것은 자명한 이치인바 우리 나라에서는 그것이 언제부터 인가 잘못 인식되고 있어, 어떤 양축가도 동일한 사료를 사용했고, 현재도 일부의 사람을 제외하고는 아직도 배합사료는 다같은 것으로 착각하고 있다.

미국의 씨플리먼트, 프리믹스에 관한 시찰을 회고해 볼 때, 양축가의 필요에 응하는 미국의 사료 제조업체의 자세가 크게 부상되어 진다.

78년 7월~8월에 걸쳐서 일본의 “사료와 사료공업”이라는 월간지와 미국 대두 협회가 공동 주최한 “제 1회 미국 사료 세일즈 현황 조사 연수”는 과거 2회의 시찰을 기초로, 양축가 입장에서의 사료, 사료회사 입장에서의 사료, 식량 생산의 일익을 담당하는 역할로서의 사료라고 하는 것을 더욱 잘 조사하기

위해서 행하여진 것이다. 이에 조사, 연수의 보고를 종합 살펴보고자 한다.

서 언

조사 연수선은 각 분야 각 방면에 걸쳐서 있으나, 다른 일은 제쳐놓고 표제의 판매면에서 본 미국의 사료에 초점을 맞추어 방문한 곳 중에서 일반 사료회사 2군데, 농협계통의 사료회사 2군데, 그리고 씨플리먼트(첨가물 제조회사), 프리믹스 회사의 2사에 대해 회사의 소개 판매형태, 판매사원의 교육 등에 대해서 객관적으로 본 범위에서 펴나가 보고자 한다. 그러나 미국의 사료판매, 경영의 실제라고 하는 커다란 흐름에 대해서는 단기간 그것도 일부를 본 데 지나지 않는 시찰로는 언급할 수 없으므로 다음 기회로 미루고 싶다. 단지, 조사 연수에 참가한 사료회사와 대리점 특약점의 각자 각자의 솔직한 미국에서의 인상 및 우리 나라에서의 앞으로의 방향 등에 대하여 논하고자 한다.

I 사료회사와 판매 활동

1. 아라이드 밀즈 회사

회사의 개요

전 미국에서 업계 2위로서, 실험동물 도그 후드(개사료)는 1위이다. 브로일러, 산란계의 인테그레이션(수직결합)을 보유하여 네브라스카에 루산농장, 코로라도에 도축장, 텍사스에 2만두의 휘드로트를 소유하고 있다. 회사의 경영은 71%의 주식을 취득하고 있는 콘티넨탈그레인 사가 행한다. 종업원은 다른 상품도 취급하므로 6000명이 있으나 사료 부분만은 2500명으로서, 고정급에 들어있는 것은 1500명이다. 사료는 37주에서 판매되고 공장은 37개이다. 연간 전사에서 10억불(약 6700억원)의 매상이 되며 사료 부문은 그중 58~59%를 점한다.

판매 활동과 판매사원의 훈련

아라이드밀즈社의 사료의 판매조직은 지역 세일즈메니저가 3명 있고, 이 3명이 37주씩 판매를 분할, 각각의 밑에 지방 세일즈메니저라고 불리우는 23명의 판매사원을 두고 있다.

지방 세일즈 매니저는 담당지구마다 15명 정도의 지구 세일즈매니저를 사용하고, 그들의 세일즈멘을 통신교육과 그밖의 방법으로 지도하고, 담당지역의 실적을 올리지 않으면 수당도 없다. 단 기본급은 단계에 따라 그다지 차이가 없고 8000불 정도이다. 지구 판매원은 약 280명 정도 있으나, 견습중인 자도 포함되고 있고, 견습중은 기본급 700불 정도로서 생활은 어렵고 노력해서 상위로 진급한다. 세일즈멘의 판매구역은 불공평하게 되지 않도록 미국 농무성 발표의 사양밀도에 따라 분할하고, 그렇게 해도 가축의 밀도에 의해서 지역이 광대한 경우는 판매경비에 대

해서 조사하는 전문 조사 회사에 의해 산정된다. 한편 매상에 의해 얻어지는 점수에 따라 판매경비를 많이 사용하는 것을 인정한다. 점수는 서플리먼트 등의 농후사료는 수송경비도 적게드는 등 때문에 유리하게 배려된다. 세일즈멘이 구역내에서 양축가들 대상으로 자기 부담으로 바베퀴미팅 등을 행하여 사료판매의 효과를 피하기도 하고 그 모양을 지방 TV나 라디오에도 이용하는 때는 지역의 특약점에 75% 정도의 비용을 부담시켜서 협력시킨다.

특약점

특약점은 지구 판매원의 산하에 10~15개의 비율로 있어 전체로 4000개소 정도가 된다. 특약점은 사료회사로부터 아무런 물적원조를 받지 않고, 자기 스스로 움직이고 있다. 사료 가격은 매주 목요일에 결정되고, 다음 주의 월요일부터 실시되나, 전부 공장도 가격으로서, 특약점마다 가격차도 없고, 기타 비용에 대해서도 전부 특약점이 부담한다. “먼 곳의 특약점은 수송비가 들어도 어쩔 수가 없다”고 사료 회사의 담당자는 안색 하나 변하지 않고 우리들에게 말을 던졌다. “사료 판매에 비밀은 없고, 실적뿐” 이라고 하는 생각으로부터 특약점이 얼마에 팔더라도 그것은 어디까지나 자유라는 입장을 취하고 있다. 연방 정부가 판매점의 소매가격을 지정하는 것을 엄격하게 규제하고 있는 것에도 따르나, 그것보다는 자유로운 경쟁을 존중하는 국민성의 표현이라고 보는 편이 맞는 것 같다. 결재는 특약점이 사료를 받은 때부터 10일 이내에 지불하면 2% 할인, 10~30일 내는 정가, 30일 이상 지나도 지불치 않으면 취급 정지가 된다. 특약점의 시장조사는 일상 하고 있는 듯 하다. 아라이드밀즈社는 사료제품이 830종이 되고, 회사 전체로서는 65%가 농축사료 35%가 완전 배합사료 로서

축종별로 보면 유우용 35%, 육우용 25%, 돼지가 40%의 비율이다. 한편 닭은 사료부분으로 부터 분리되어 있다. 또한 사료의 형태를 보면 75%가 펠렛으로서 25%가 분말, 또 벌크 출하가 60%를 점한다. 특약점의 판매고는 천차만별이나, 제일 많았던 데가 사료에 약품을 포함해서 연간 1000만불(67억원) 제일 적은 곳은 25만불 아라이드밀주사의 담당자에 따르면 미국 전체에 30년 전에는 3만개의 특약점이 있었으나 현재는 타사의 제품을 함께 취급하는 병매점을 포함해도 15,000개 정도일 것이라고 한다. 아라이드밀즈社로서는 사료의 95~98%는 특약점을 통해서 판매되고 있다. 아라이드밀즈社는 특약점을 대상으로 1년에 6회, 1회 10명에 한해서 훈련을 행하나, 100불을 자기 부담하는데도 불구하고 참가 희망자가 많다고 한다.

양축가에 대한 서비스가 남보다 뒤늦게 시기를 잃어도 된다는 것은 자기의 경영, 생활 자체의 종말을 의미하는 이 나라에서는 각자 좋은 의미에서의 경쟁을 강하게 하여 그것을 이겨 노력하는 것만이 풍요한 생활을 누릴 수 있는 것이다.

2. 켄트 사료회사

회사의 개요

1927년 창업한 50년의 역사를 지닌 중간크기의 모든 종류의 사료를 제조 판매하고 있는 회사이다. 콘스타치 제조의 대메이커인 그레이 프로세싱 코퍼레이션이 모회사로서 일리노이주에 2개 공장, 아이오와에 5개 공장, 인디애나에 1개 공장, 미주리에 1공장 등 9개 공장을 갖고 있다. 금번 방문한 곳은 아이오와 주의 마스카틴 공장으로서 여기서는 서플리먼트 사료가 꽤 중점적으로 차지하고 있어 서플리먼트 사료만 90종류를 내고 있다.

판매 활동과 세일즈 맨의 훈련

판매는 켄트사에 판매원이 70명 있고 800명의 대리점을 운영하고 있다.

대리점은 자체의 판매원을 고용하여 판매 활동을 하고 있다. 켄트사의 주력제품은 서플리먼트이다. 동사에 의하면 프레믹스로 판매하는 것이 유리한 점도 있으나 축산 농가를 생각하면 서플리먼트 형태가 더욱 친절한 서비스라고 생각하고 있는 듯 하다. 예로 미로 미국의 중서부의 축산 농가는 거의 대부분의 자기 농장에서 옥수수든가 콩을 생산한다. 그래서 사료의 단백질원으로서 사용하는 것은 대두가 아니고 대두박인 것이므로, 농가가 대두를 출하하여 대두박을 시장 가격으로서 구입하면 켄트사로서는 대두박을 유리하게 구입할 수 있으므로 대두박+프레믹스 즉 서플리먼트로서의 기초배합으로서도 될 수 밖에 없다.

세일즈맨의 훈련에 대해서는 70명의 세일즈맨을 각자의 경험에 따라 3개의 등급으로 나누어 실시한다.

(1) 세일즈 트레이닝

농장 경험이 전혀없는 자, 농가의 경험있는 대졸자 등으로 입사후 6개월~1년은 가족도 함께 본사 소재지에 거주하며 본사에서 각 부서를 2주 정도간 공부하며 순회 시킨다. 그후 어떤 일정 지역에서 세일즈 맨의 보근로 1~3년 경험하여 최초로 지역책임자가 된다.

(2) 지역 대표

사료를 처음으로, 다른 업계에서의 몇년간 세일즈 맨의 경험자로서 훈련을 받는다.

(3) 지역 관리자

풍부한 경험 실적을 가진 사료 세일즈 등에 대한 지식도 있어 입사한 자로서 2주간 정도의 훈련을 받고서 일정 지역을 맡는다.

세일즈 맨은 연간 수회 본사에서 훈련을 계

속해서 받지 않으면 안되며, 새로운 사료 새로운 사양기술 등에 대해서 배워야 한다. 더욱 타사의 세일즈 맨으로서 우수한 자가 있으면 끌어오는 열도 있고 또한 빼앗기는 일도 있는듯 하다. 단 대리점으로 부터 판매원이 된 자는 거의 없다. 그것은 대리점은 독립한 형태로 경영하고 있어 충분히 이익을 올리고 있기 때문이라고 생각된다. 디리토리 매니저는 1사람당 10~17개의 대리점을 받아 보유하고 있다. 세일즈 맨은 일정의 지역에서 판매 활동에 대해서 시간의 할당을 하기도 하고 경영관리 지도를 하든가 하나 역시 대리점의 훈련이 무엇보다도 중요한 일이다. 세일즈 맨은 항상 새롭게 대리점이 될 요소가 있는 잠재 대리점의 발굴이나 새로운 대리점을 개발하는데 늘 마음을 두고 1년에 1회 개최될 회의에 임하여야 한다.

판매 확대에 대해서는 농가가 필요로 하는 것 사고 싶은 것을 파악함과 동시에 회사가 팔기 쉬운 것을 취급하는 것이 좋고 할인이거나 초대 여행등도 생각하고 있다. 또한 세일즈 맨이랑 대리점에 대해서는 제품, 상품에 대한 지식에 정통하고, 판매기술도 응용심리학 등도 공부하여 해나가도록 하고 있다. 예로 약수의 방법에 있어서도 웃으면서 예의 있는 자세로 한다 등 실로 적고 세밀한 것에 걸쳐 적힌 지도 카다로그도 있을정도 일상의 태도 몸가짐 등이 중요하다. 게다가 넓은 의미에서의 이 사회에 대한 사명이 무엇인가를 각각 물어 각각의 부문 지위에서의 대응을 구하고 있다.

농가의 대리점도 대리점의 세일즈 맨에서는 세일즈맨의 것이라고 할 것인 것이다. 대리점의 훈련은 3일간 35\$의 실비를 받고 영양, 판매, 생산 신제품 관계에 대해서 기초적인 것을 행한다. 또 3개월에 1번 어드바이스 코스라고 하여 경영학적인 내용에 대해서도 강습이 개최된다. 게다가 월드십모지움

을 1일(점심제공) 9공장을 중심으로 하여 행한다.

대리점

대리점은 70명의 세일즈 맨의 밑에 800개 있어 사료는 공장도 조건이므로 대리점이 가지러 오는 경우가 많다.

결제 조건은 사료대금을 10일 이내에 지불하면 2% 할인, 30명 이내에 결제하면 정가 30일 이상 경과하면 月 1%의 이자를 붙인다. 거래선에 대해서 켄트사가 직접 대부를 하는 경우는 일체 없고 대리점 개발 관리자가 3인 있어 은행등 금융기관을 알선하고 있다.

농가가 자금이 필요할 때는 90%의 사람은 은행에서 직접 독자적으로 차입하고 드물게 1% 정도의 농가에 대해서는 켄트사에서 대금의 회수를 기다려서 배지의 출하등 때 받는 때도 있으나 이런 경우에는 이자를 받는다. 우리 나라는 어떤가 등을 생각해 보았다.

켄트사 직영의 특약점

직영이라고 해도 물론 독립 재산제로서 여가의 경영자는 인디애나주에서 대리점을 하던 자가 우수했으므로 설득하여 이가게를 하게 한 것같으며, 지금은 만족하여 하는 듯하다. 경영은 8~9명이 하고 판매원은 1명 고용하고 있다. 취급하는 것은 사료가 1할이고 나머지는 농업 화학비료, 곡물 기구 기재로부터 기름까지도 하여 농업 관계의 것은 거의 전부하고 있다.

연간 곡물은 30만~40만 bushel, 씨플리먼트는 3,000~5,000톤 배합사료는 4,000~15,000톤 등 각각 팔아 총계 연간 300만~400만 불의 매상을 올린다고 한다. 이 사람은 베이스 살라리(기본급)과 코미손을 받고 있다. 클레임 처리는 사료의 판매시 보험을 들므로 만일 클레임이 발생하면 켄트사, 대리점, 보험회사가 입회하여 최종적으로는 보험에서 처

리한다(그 액수는 미미한 것 같다) 세일즈맨은 클레임에 대해서 책임지지 않는다. 대리점에서는 손님과의 접촉을 생각해서 계절에 따른 판매 촉진을 행한다. 예로 가을에는 방수 장갑 등을 들린 손님에게 주고, 주소 이름을 물어두어 방문 또는 우편발송을 하기도 하고 크리스마스에는 씨어즈 등 대형 소매회사와 결합해서 부엌용품 등을 순위에 따라 주기도 하는 등 메이커들과 공동작전을 하기도 한다. 대리점이 세일즈 맨에게 요망하는 사항은 제품이랑 메이저먼트를 잘 알으켜 달라든가 세밀한 프로그램을 바라고 있는것 같다.

〈광고〉

퀵트사에서는 광고비는 매상의 2.5%를 생각하고 있어 매체로서는 전문잡지(소, 돼지, 닭, 농장경영 등)랑 지방 방송이나 신문이 잘 사용된다. 잡지 신문에는 그 지역의 농가가 퀵트의 사료를 사용해 본 코멘트 등을 사진을 넣어 게재하여 친밀감을 줌과 동시에 지역 대리점에게도 유리한 광고가 나간다. 또 라디오를 들으며 일을 하는 사람이 많으므로 낮의 시장 뉴스등을 찾아 스팟을 내는 일도 있다.

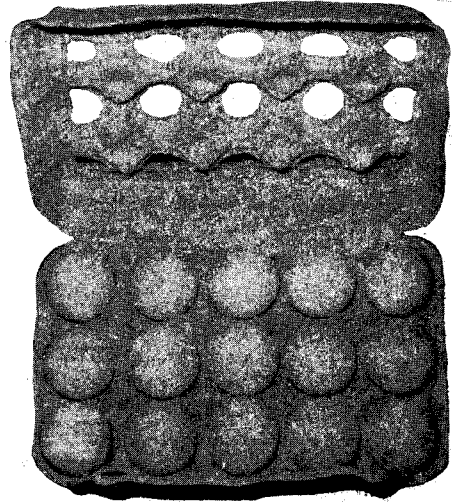
**위생적인 계란보관은
종이난좌로**

15개들이 종이난좌 신개발!!
(파란 방지에 큰 효과)

- ① 겨울철 동파방지에 큰 효과
- ② 30개들이 완란·종란용 난좌 및 보통용난좌

규격 종이난좌는

- 1. 신선도 유지
- 2. 부화율 향상
- 3. 질병 예방
- 4. 파란 방지



80년대는 과학적인 경영시대 -

한국성형제지공업사

경기도 성남시 고등동 98-1 (전화) 고등우체국 77번