

양계산물의 유통현황과 문제점 (Ⅲ)

— 계란의 유통현황 —



박 치 봉
(축협중앙회 판매부)

1. 계란의 생산동향

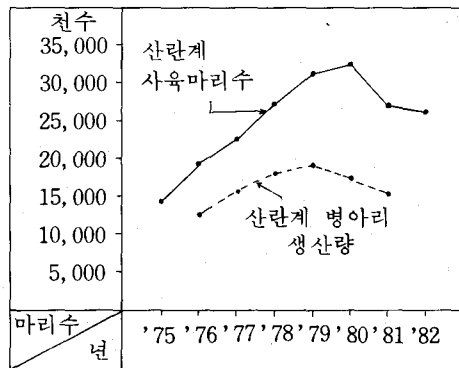
계란의 생산량은 산란계의 사육 마리수에 의하여 추정되어지는 바 산란계의 사육마리수 증가와 더불어 계란의 생산량도 매년 증가추세에 있다. 다만 최근 '81년 이후부터 산란계 사육마리수가 감소되고 계란생산량도 감소되어 산란계 경기가 2 개년 정도 침체되었음을 알 수 있다.

산란계 사육마리수의 지역별 비중을 살펴보면 경기지역이 전체의 46.2%로 가장높은 비중을 차지하였고 그 다음이 경북지역으로 전체의 20%를 차지하였으며 그외 지역은 모두 10% 미만씩을 사육하고 있다. 이로 보아 산란계 사육은 지역적으로 크게 권역화(圈域化)되었음을 알 수 있다.

한편 산란계 사육마리수와 산란계 병아리의 생산량을 비교하여 보면 병아리 생산량 증가가 산란계 사육마리수의 증가를 가져오고 그해의 병아리 생산량이 다음해의 계란생산량에 영향을 주는 당연한 결과라 하겠지만 최근에 병아리 생산량과 산란계 사육마리수와의 겉(差)이 점점 벌어지고 있음을 볼때 산란계 사육농가들

이 사양기술의 발전과 더불어 환우 등의 방법을 통하여 사육기간을 늘리고 있는 것으로여겨진다.

〈그림 6〉 산란계 사육마리수와 병아리 생산량



2. 산란계농가의 사육실태

가. 입추량 결정요인

산란계 농가가 어떤 요인에 의하여 입추량을 결정하는가를 조사하여 본 결과 주기적으로 입추한다고 응답한 사람이 전체의 38.9%로 가장 많았고 그 다음이 계란의 계절수요와 계란가격

〈표 6〉 산란계 농가의 입추량 결정요인

단위 : %

규모별	결정요인	계절수요	계란가격	사육비	병아리가격	주기적입추	계
3,000수 미만		24.2	24.2	8.7	4.7	38.2	100.0
3,000~5,000수		28.1	25.4	9.6	8.8	28.1	100.0
5,000~10,000수		25.4	21.6	3.3	6.6	43.1	100.0
10,000수 이상		25.0	19.8	2.1	8.3	44.8	100.0
평	균	25.6	22.7	5.9	6.9	38.9	100.0

에 따라 입추량을 결정한다고 응답한 사람이 각각 25.6%와 22.7%를 차지하였으며 병아리가격이나 산란계의 사육비가 입추량을 결정한다고 응답한 사람은 각각 6.9%와 5.9%에 불과하였다.

결국 사육비나 병아리 가격 자체가 산란계 사육마리수의 증감에 큰 영향을 주지않고 있음을 알 수 있으며 반면에 산란계 병아리를 주기적으로 입추하지 않고 제반 여건에 따라 입추하는 사람이 전체의 61.1%나 됨을 알 수 있다. 즉 산란계의 경영규모가 아직은 안정되지 않았음을 볼 수 있다.

나. 입추회수와 1회평균 입추량

산란계농가의 연간 입추회수는 연 2회 입추가 전체의 43.0%로 가장 많았고 그 다음으로는 연 1회 입추로 전체의 29.0%를 차지하였으며 연 4회이상 입추도 전체의 18.0%를 차지하여 파반수 정도가 연 2회 입추하고 있음을 알 수 있다.

사육농가의 평균 입추량은 규모가 클수록 많아 3,000수 미만 사육농가의 1회 평균 입추량이 1,729수인데 반하여 10,000수 이상 사육농가에서는 5,853수여서 사육규모가 클수록 입추회

수가 많고 1회 입추량도 많음을 알 수 있다.

3. 계란가격의 형성실태

가. 산지가격의 일반적인 형성실태

산란계농가에서 생산된 계란은 상인(수집반출상, 도매상)에 의하여 문전에서 바로 거래, 수송되어지며 계란가격의 결정은 상대거래에 의하여 결정되는 것이 일반적이다.

이때의 가격결정 요인으로 시장의 수요, 공급에 지배를 받으며 경쟁가격에 의하여 형성된다고 볼 수 있겠으나 양계농가가 개별적이고 분산적이어서 계란가격의 주도(主導)는 상인이 하고있는 실정이다.

따라서 계란의 기준가격(중심가격)형성 단계가 필요하나 아직 계란의 어느 유통단계에서도 기준가격이 형성되고 있지는 않다.

그래도 산란계는 타 축산물과는 달리 일반적으로 단지화되어 있고 전기업 양계농가가 많아 이들이 자생적으로 단체를 조직하여 가격형성에 주도적 역할을 시도하고 있다.

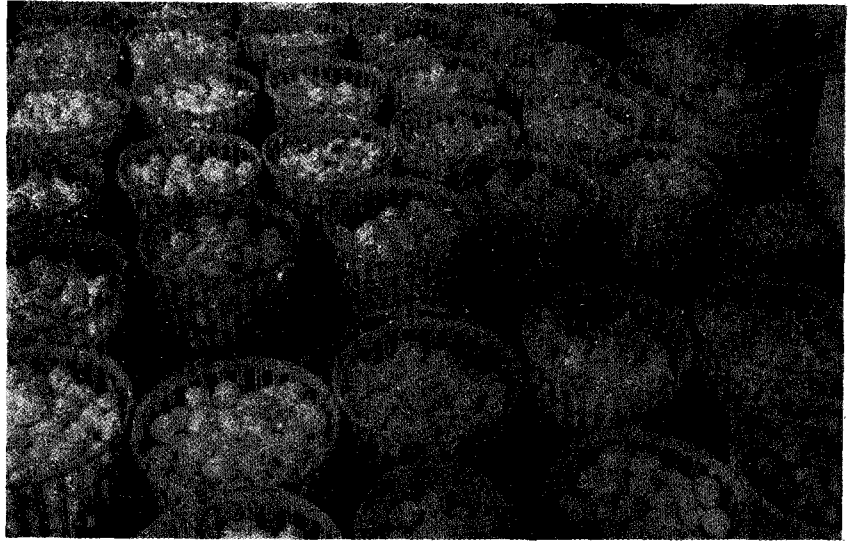
이러한 단지 내에서 그 지역의 수급사정에 따라 일차적으로 가격이 등락되고 있는데 최근에

〈표 7〉 산란계 농가의 연간 입추회수와 1회평균 입추량

단위 : %

규모별	입추회수	연 1 회	연 2 회	연 3 회	연 4 회	평균(회)	1회평균입추량
3,000수미만		54.2	45.8	0.0	0.0	1.5	1,729 수
3,000~5,000수		41.2	47.1	5.9	5.8	1.8	2,606
5,000~10,000수		15.8	36.8	21.1	26.3	2.6	3,046
10,000수 이상		14.3	47.6	4.8	33.3	2.6	5,853
평	균	29.0	43.0	10.0	18.0	2.3	3,075

▷양계장에서의 선별 포장작업(계란의 가격주도 비율은 상인들이 높아 생산자는 아직도 상인들에게 가격결정에 있어서는 끌려가는 현실이다.)



는 “대한양계협회”와 “월간 현대양계”에서 발행하고 있는 양계산물의 시세엽서가 널리 홍보되어 지역간 가격차를 좁혀주고 가격형성에 많은 영향을 주고 있다.

또한 양계산지의 주요지역에 양계협회 지부나 지역계우회가 조직되어(대부분 동일 조직체이기도 하지만) 이곳에서 지역수급 사정이나 상기 시세엽서를 기준으로 하여 가격을 조절하고 그 결과를 각 양계농가에 전달하여 줌으로써 상인과의 거래시 단체에서 조절 결정된 가격이 형성되도록 유도하고 있다.

그러나 양계협회 각 도지부나 지역 계우회에서 계란가격을 조절할 경우 표면상으로는 상인과 생산자의 동수가 협의하여 계란가를 조절하는 것으로 되어 있으나 대부분이 상인과 타협되지 못하고 일방적인 계란가가 결정됨으로써 해서 상인가격과 양계단체가격이 이중(二重)으로 형성되고 있는 실정이다.

또한 양계단체가 계란가격을 조절할 경우 타 지역의 가격이나 나름대로의 수급사정에 따라 결정하고는 있으나 가격조절기간이 보통 5~7일 정도이고 길면 10~15일 정도까지 가고 있어 이들 단체가 아직은 민감한 시장수요 및 가격에 신속하게 대처하고 있지는 못한 것으로 여

겨진다.

이러한 일련의 이유로 발생하는 계란가격의 이중형성은 개별농가와 상인간의 상대거래시 가격결정에 쟁점이 되고 있는데, 일례로 상인이 계란수집시 개당 가격은 뒤로 미룬 상태에서 총 판매대금에 상당한 금액만 지급하고 10여일 후 일방적으로 정산(精算) 통보하고 있어(산지 계란가격의 질서확립이 새로운 문제점으로 제기되고 있다. (특히 가격하락시))

나. 산지 계란가격의 주도체(主導體).

계란가격의 주도는 수급사정에 따라 다른 것으로 물량이 과잉될 때에는 상인측이 가격을 절대적으로 주도하고 부족할 때에는 생산자측이 대체로 주도하고 있으나, 그러한 가운데 일반적으로 가격주도를 누가 하는가를 살펴보면 시장수요에 의한 주도 비율이 전체의 38.4%로 가장 많고 그 다음이 상인으로 전체의 35.5%를 차지하고 있으며 생산자 단체가 주도하는 비율은 18.3%, 개별 생산자가 주도하는 비율은 7.8%로 낮은 주도비율을 나타내고 있다.

결국 상인측과 생산자측의 가격주도 비중을 비교해 보면 상인측이 생산자측보다 9.4%포인트(26.5%)가 높아 아직도 상인측이 가격을 상당히 주도하고 있음을 알 수 있다.

〈표 8〉 산지계란가격의 주도체

단위 : 원

규모별	가격주도	상 인	개별생산자	생산자단체	기타시장수요	계
3,000수 미만		30.7	8.6	19.6	41.1	100.0
3,000~5,000수		34.3	11.8	17.6	36.3	100.0
5,000~10,000수		37.2	4.7	17.3	40.8	100.0
10,000수 이상		41.7	8.3	18.7	31.3	100.0
평 균		35.5	7.8	18.3	38.4	100.0

한편 사육규모별로 가격주도의 비중을 살펴 보면 특이하게도 사육규모가 클수록 상인이 계란가격을 주도하는 비중이 높아, 대규모일수록 생산물량이 많으므로 판로확보(상인확보)가 경영의 애로사항임을 짐작할 수 있다.

4. 계란의 유통실태

가. 산지단계의 유통실태

(1) 양계농가의 계란 판매처

계란의 유통실태를 알아보기 위하여 양계농가의 계란판매처를 조사하여 본 결과 농가의 계란판매는 도매상과의 거래비율이 가장높아 전체의 48.5%를 차지하였고 그 다음이 소매상으로 전체의 25.7%를 차지하였다.

이로 미루어 보아 최근에는 양계농가의 계란 판매에 있어 과거와 달리 대부분이 수집반출상을 거치지 않고 도·소매상과 직거래됨을 알 수 있다. 즉 도매상이 수집반출상 역할을 겸하고 있음은 물론 과거도매상이나 수집반출상으로부터 공급받던 소매상들까지도 수송수단 및 통신

수단의 발달로 농가와 직거래 비율을 높이고 있음을 알 수 있다. (수집반출상에게 판매하는 비율은 17.5%에 불과하였음)

사육규모별 계란판매처를 보면 뚜렷한 양상은 나타나지 않으나 대체로 사육규모가 적을수록 수집상에 의존하는 비율이 높고 군납 등 대량 수요처에 납품하는 경우도 대규모보다 오히려 중규모가 높음을 알 수 있다.

(2) 계란 판매처의 단골비중

양계농가가 계란을 판매할때 단골을 정하고 거래하는 경우가 전체의 77.7%로 매우 높은 비중을 차지하였고 단골을 아예 정하지 않는 경우는 7.8%로 일부에 불과하다. 이와같은 이유는 대체로 양계경기의 불황으로 인한 물량체화시 가격의 고하(高下)간 판로를 보장받기 위한 양계농가의 자구책 때문이라 여겨진다.

계란상인이 단골을 정하여 계란을 수집하므로 불경기에도 단골 거래농가의 물량에 대하여는 상인 책임하에 처분되고 있는 것이 과거의 통례였으나, 최근에는 상인들이 물량체화시 계

〈표 9〉 양계농가의 계란 판매처

규모별	판매처	수집상	도매상	소매상	납 품	기 타	계
3,000수 미만		16.7	40.0	33.3	6.7	3.3	100.0
3,000~5,000수		16.1	58.0	19.4	6.5	-	100.0
5,000~10,000수		21.1	52.6	17.5	7.0	1.8	100.0
10,000수 이상		14.3	48.5	31.4	2.9	2.9	100.0
평 균		17.5	48.5	25.7	6.0	2.3	100.0

란의 완전수거를 기피하는 경향이 있어 양계농가의 물량체화시 이의 소화에 많은 애를 겪고 있다.

이와같이 상인들이 과거와 달리 물량체화시 계란수거를 두드러지게 기피하고 있는 것은 최근들어 계란의 저장을 통한 가격조절(조작)이 용이하지 않을 뿐만 아니라 소비측면에서 보더라도 과거에는 계란이 고급식품에 속하여 가격에 대한 수요의 탄력성이 높았는데 최근들어 하급재로 전락해서인지 가격조건에 따라 계란소비가 크게 증가되지 않기 때문이라 여겨진다.

나. 도매단계의 유통실태

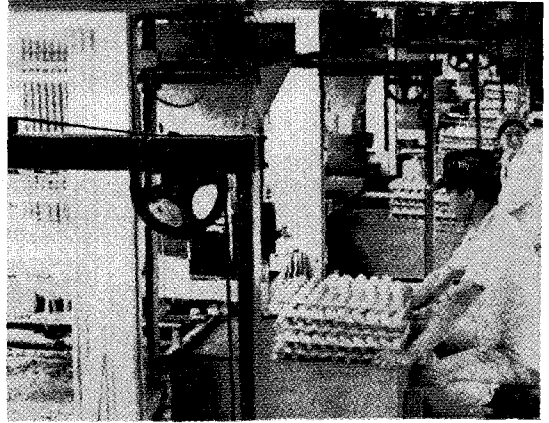
계란은 도매시장 및 공판장이 형성되지 않아 수집 및 분산기능을 수집반출상을 포함한 도매상들이 담당하고 있는데, 서울의 경우 1일 2십만개 정도 취급하는 대도매상이 있는가 하면 1일 2만개 정도 취급하는 소도매상이 있어 취급규모는 개인별로 다양하나 유통과정은 큰 차이가 없다.

대도매상(1일 5만개 이상 취급상인)이라고 불리우는 사람들은 서울의 경우 대체로 30명 정도, 부산이 10여명, 기타 지방도시가 3~7명 정도 있는 것으로 파악되는데 이들 대도매상들은 과거에 물량을 저장하여 수급 및 가격을 조절(조작)하기도 하였으나 최근에는 농장에서 바로 공급처에 수송하여 준다.

이와같은 이유는 과거와는 달리 가격정보가 빨라 저장 및 보관에 의한 이득을 취할 수 없을 뿐만아니라 상인들에 의한 가격조작이 어렵게 되었기 때문이라 생각된다.

도매상들은 대체로 단골농가에서 수집하여 단골 공급처(소매상 등)에 공급하고 있는데 단골공급처의 확보는 신용과 자본력에 의한 외상조건이 큰 요건이 되며 그 다음으로는 행상에 의한 자체 판매능력으로 이의 비중도 점차 늘어나고 있다.

계란도매상(수집반출상 포함)에 의한 지역간 이동은 과거와 달리 크게 감소된 실정인데 이는 계란의 생산단지가 대 소비지별로 크게 권역화



되었는데다가 가격정보의 신속화로 산지가격이 평준화되었기 때문이라 분석된다.

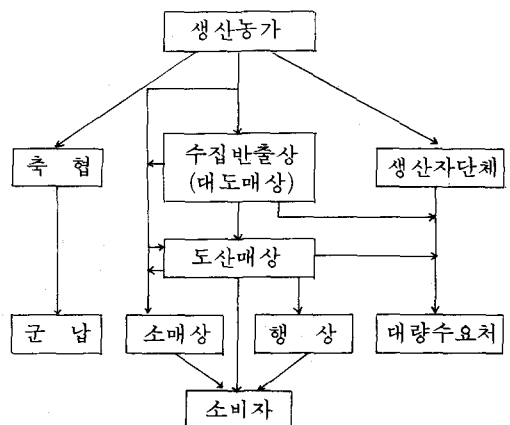
5. 계란의 유통경로와 마진

가. 유통경로

계란의 유통경로는 생산농가→수집반출상→도매상→소매상→소비자의 경로가 일반적이거나 최근에는 전문 수집반출상 수는 점점 감소되고 대도매상 및 도산매상들이 농장과 직거래함으로써 이들이 수집반출상 역할을 겸하고 있다.

계란은 타 축산물과 달리 행상에 의하여 유통되는 양이 상당한 비중을 차지하고 있는데 이들 행상은 주로 도매상들에게 계란을 공급받아 리어카를 이용 소비자의 문전을 이동하며 판매하고 있다.

〈그림 7〉 계란의 유통경로



나. 유통마진

계란의 농가수취율은 평균 82.0%로 81년 6월 조사치 86.8%보다는 4.8%포인트가 낮아졌고 79년 9월 조사치보다는 1.0%포인트가 낮아졌는데, 이는 조사시점의 차이 때문이기도 하지만 한편으로는 계란가격이 타물가(비용 등)에 비하여 상대적으로 상승되지 못하였기 때문이라 여겨진다.

아무튼 계란의 총마진율은 18.0%로 비용부

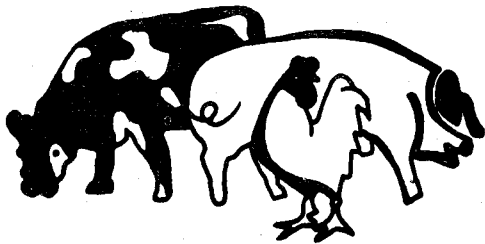
분이 5.6%, 이윤부분이 12.4%를 점하고 있어 이윤부분이 총마진 중 68.9%나 점하고 있음을 알 수 있다.

마진율을 다시 유통단계별로 살펴보면 수집·반출단계가 5.8%, 소매단계가 12.2%를 차지하여 소매단계의 마진율이 도매단계의 마진율보다 6.4%포인트나 높은데, 이는 소매단계의 이윤율이 도매단계의 이윤율보다 크게 높기 때문이다.

〈표 10〉 계란의 유통마진

구분			단위 : %		
			산지→서울	산지→지방도시	평균
농가수취율			82.1	81.8	82.0
유통마진율	총마진율		17.9	18.2	18.0
	비율	비용	6.4	4.9	5.6
		이윤	11.5	13.3	12.4
유통단계별	수집및반출단계 (도매상점)	비율	4.1	2.7	3.4
		이윤	1.6	3.2	2.4
	소매단계	이윤	2.3	2.2	2.2
			9.9	10.1	10.0

축산인의 슈퍼마켓



*양돈, 양계, 낙농, 비육 등 국내외의 우수 수의기축약품 및 수의축산기구 대구·경북 총판 (오리엔탈착유기, 금성 냉각기 등 낙농기자재) 전문도매 및 시설 시공 완비

*오랜 임상 경험에 의한 정확한 진단과 처방

대영축산상사

대구시 수성구 범어동 165-15 (수성구청 앞)
 전화 : 73-2888, 73-3335 야간 : 752-7936
 대표 : 수의사 이진부