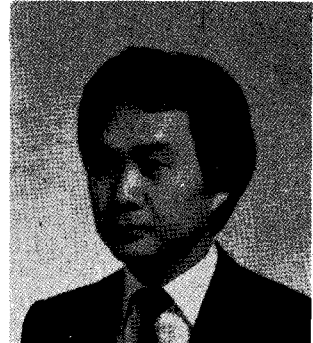


축산물 유통



정 찬 길

건대 축산경영학과 교수
농업경제학 박사

1. 축산물유통의 의의와 특성

축산물유통이란 축산물생산으로부터 얻어진 모든 축산물과 용역이 생산자로부터 최종 소비자에 이르기까지 야기되는 모든 기업활동의 성과로 정의될 수 있다.

축산물유통에는 두 종류의 활동이 포함되는데 그 하나는 양축농가가 생산활동을 하는데 필요로 하는 사료, 동물약품, 축산기구 등 생산요소를 공급하는데 관련된 활동이고 다른 하나는 양축농가에 의해 생산된 축산물이 판매되어 도시의 소비자에 이르는 공급과정에 관련하는 모든 활동을 포함한다.

이러한 축산물유통은 그 유통과정이 대단히 복잡다단(複雜多段)하여 유통기능의 수행에 있어 여러가지 장애요인이 개재되어 있는데 주로 다음과 같은 축산물생산의 특성, 축산물 자체 및 그 소비의 특성에 기인한다.

첫째, 축산물은 생산단계에서는 대부분 생축을 거래하고 소비단계에서는 식육이나 가공품을 거래하게 된다. 따라서 보다 전문적인 가공과 저장시설 및 기술을 필요로 한다. 둘째, 소규모·분산적이기 때문에 많은 집하기능이요구

축산 경영 · 경제 강좌 목차

- 축산경영의 목적
- 축산경영의 요소
- 축산경영의 형태와 종류
- 축산물 생산비의 구성과 평가방법
- 축산경영 조직
- 축산경영 규모
- 축산물시장 형태와 가격
- 축산부기 및 회계
- **축산물 유통**
- 축산사료의 수급과 가격변동
- 축산경영의 분석과 계획

(개재순서는 변동될 수도 있음)

된다. 즉 경제발전에 따라 인구의 도시집중 현상이 현저하게 나타나므로 이들 인구의 소비요구를 충족시키기 위해서는 광범위한 지역에서 분산적으로 생산된 축산물을 수집하여 생산지에

서 멀리 떨어진 도시까지 신속하게 수송하지 않으면 안된다. 세째, 축산물은 부패성이 강하다. 축산물은 부패성 때문에 조작할 경우에는 비중이 가중되며 저장 및 수송시에는 특수한 냉동·냉장시설을 필요로 한다. 네째, 축산물은 공산품에 비하여 비탄력적이다. 즉 축산물은 생물이기 때문에 가격의 변동폭이 크고 인위적인 공급조절이 곤란하다.

이상과 같은 축산물유통의 특성은 양축 농가의 개별적인 대응과 생산자조직의 자주적 노력만으로는 해소할 수 없는 조건들이기 때문에 정부의 개입이 불가피한 경우가 많다.

2. 축산물의 유통경로와 마진

가. 유통경로

소 및 쇠고기의 지배적인 유통경로와 단계를

요약하면 다음 그림과 같다.

각 유통경로 가운데 생산유통이 가장 복잡하고 다단계인 것이 특징이다. 따라서 우리나라의 육류유통은 아직 생축유통단계를 탈피하고 있지 못한 실정이다.

돼지의 유통경로는 산지에서의 수집단계를 제외하고는 소와 거의 유사하다. 특히 돼지는 농가정전에서 수집반출상을 통한 유통경로와 축협 및 농협을 통한 계통출하경로가 대부분이며 가축시장을 경유하는 유통은 극히 제한되어 있다.

생계와 도계의 유통경로는 그림 2와 같으며 계란의 유통경로는 주로 수집반출상 → 도산매상 → 행상 또는 소매상의 단계로 유통 양상을 지니고 있다.

그림 1. 소 및 쇠고기의 유통경로와 단계

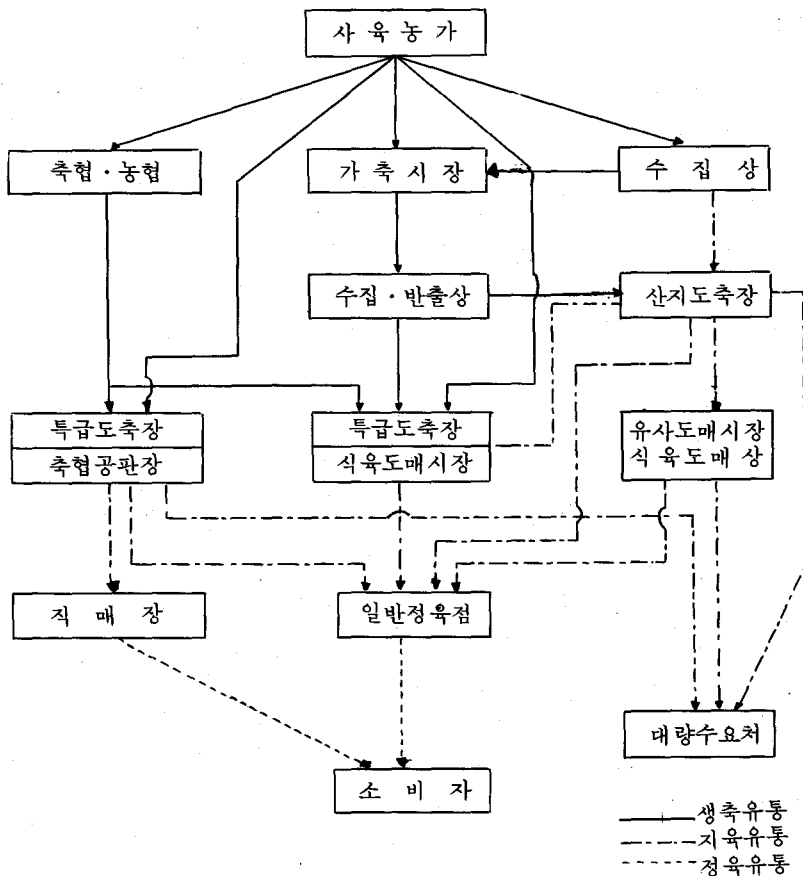
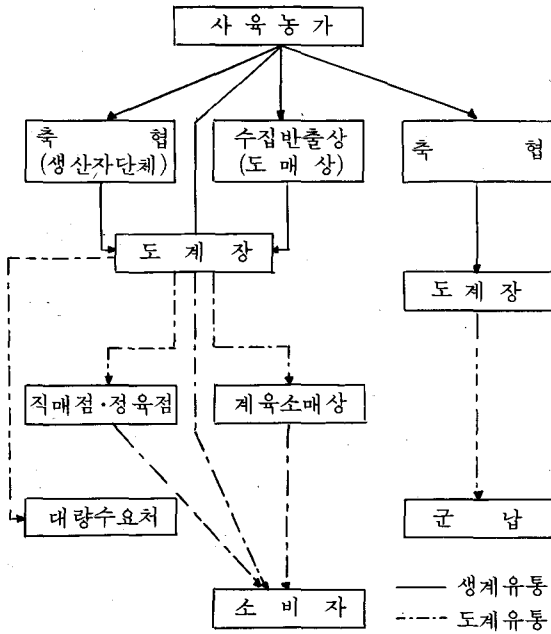


그림 2. 닭 및 닭고기의 유통경로와 단계



나. 유통마진

축산물의 유통마진은 양축농가의 수취가격과 최종소비자의 지불가격과의 차액으로 총차액은 유통단계별로 상품단위당 가격의 차액이다. 유통마진의 발생요인들은 선별, 포장, 저장, 가공, 보관, 정보, 통신, 금융 등의 비용과 조세 공과금, 수수료 등이다. 축산물 유통마진은 축산물마다 유통과정과 서비스가 다르기 때문에 서로 많은 차이가 있다.

1985년 축협중앙회의 조사에 의하면 소 및 쇠고기의 산지와 서울간의 평균 유통마진율은 상인생축반출이 20.4%이고 소매상 지육반입은 20.3%로 나타났다. 돼지 및 돼지고기의 경우는 상인생축반출이 19.78%이고 소매상 지육반입은 20.1%였다. 닭 및 닭고기는 상인생축반출이 29.85%, 계란반입은 23.9%로 나타났다.

축산물가격에는 유통마진이 포함되어 있기 때문에 유통마진이 변동하면 가격도 따라서 변동하게 된다. 즉 센터키프라이드치킨과 같은 새로운 계속 제품이 개발되어 새로운 유통서비스의 발생에 의한 유통마진의 상승은 주로 소비자가격을 상승시키게 되지만 소매단계에서 총수요

의 증가에 따른 양계농가수준에서의 파생수요의 증가를 유발하게 되어 양축농가의 수취가격도 상승하게 된다. 반면에 기존 유통서비스의 비용상승에 의한 유통마진의 증가는 소비자가격을 상승케 하고 양축농가 수취가격을 하락케 한다. 물론 가격의 변동정도는 해당 축산물이 지니고 있는 수요와 공급곡선의 기울기에 따라 결정되는 것이다 따라서 유통체제의 효율화로 유통마진의 절감이 달성되어야만 생산양 축농가와 소비자가 다함께 보호받을 수 있다.

예컨대 기존 유통서비스가 증가하여 유통마진이 상승하면 그림 3에서와 같이 소비자가격이 높아지고 양축농가 수취가격도 떨어져 양쪽 모두 부담을 안게된다. 소매시장의 수요곡선을 D_r 이라 하고 농가수준의 공급곡선을 S_f 라고 할 때, 기존 비육우의 출하수송비가 상승하면 소비지 소매시장이 공급곡선과 산지 소매시장의 유발수요곡선이 각각 S_{r_2} 와 D_{f_2} 로 이동하고 기존 유통마진 Pr_1, Pf_1 은 Pr_2, Pf_2 로 증가하여 소비자가격은 Pr_1 에서 Pr_2 로 상승하며, 농가수취가격은 Pf_1 에서 Pf_2 로 하락하여 수송비 상승의 부담은 공히 생산자와 소비자에 분담된다. 분담의 정도는 수요와 공급곡선의 기울기에 따라 달라진다.

그림 3. 기존유통마진의 상승과 가격변동

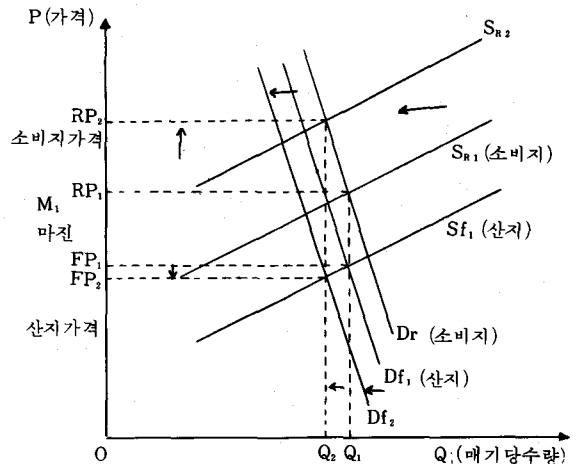
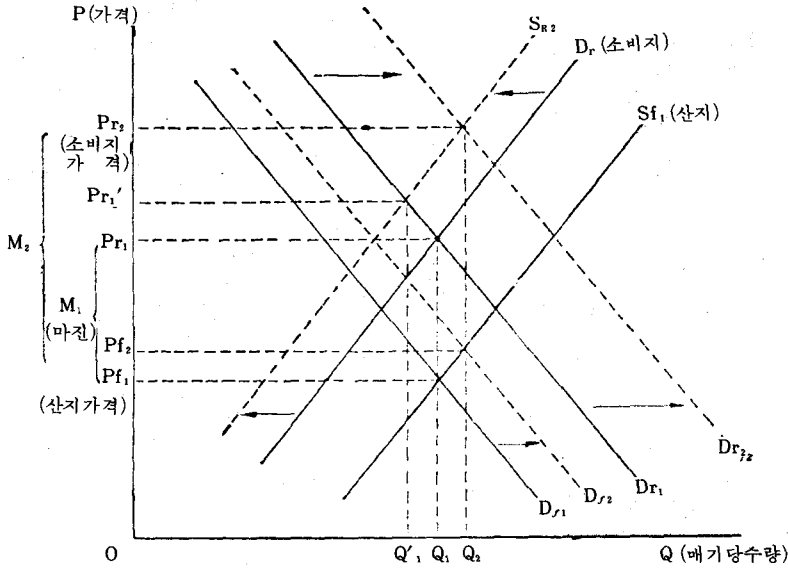


그림 4에서 살펴볼 수 있는 바와 같이 주어진 여건하에서 새로 개발된 센터키프라이드 치킨이 시장에 나왔다고 가정하면 소매시장에서

그림 4. 신제품개발에 의한 유통마진과 가격압박 변화



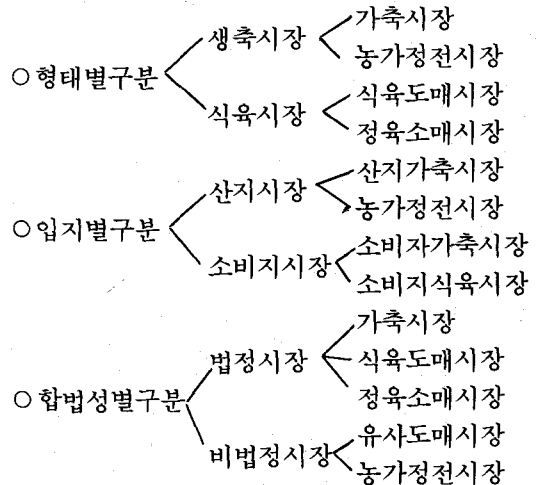
새로운 공급곡선은 가공비추가부담으로 인한 유통마진 상승분만큼 좌측으로 이동하여 S_{r2} 가 된다. 한편 새로운 제품의 개발은 시장에서 브로일러에 대한 새로운 수요를 창출하여 브로일러에 대한 총수요는 D_{r1} 에서 D_{r2} 로 이동하고 이와함께 양계 농가수준에서도 수요곡선 이동을 유발하게 되어 파생수요곡선이 D_{f1} 에서 D_{f2} 로 이동하게 된다. 결국 켄터키프라이드치킨의 새로운 육계제품의 개발은 기존유통마진 Pf_1, Pr_1 를 Pf_2, Pr_2 로 상승시켜 소비의 가격을 OP_{r1} 에서 OP_{r2} 로 상승시킨 반면에 양계농가 수취가격은 OP_{f1} 에서 OP_{f2} 로 높아졌다. 또한 균형 수요량도 Q_1, Q_2 만큼 증가시켰다.

3. 축산물시장과 기능

축산물유통은 산지에서 다수의 생산자가 생산한 축산물을 원거리에 있는 다수의 도시소비자에게 배급하여 주는 기능을 담당하고 있다. 그러므로 복잡하고 긴 유통기구를 내포하게 되어 간접유통의 형성을 따르게 된다. 즉 수집(蒐集), 중계(中繼), 분산(分散)기구를 거쳐 최종소비자에게 전달되고 원료품인 경우에는 중계 및 분산과정이 생략되기도 한다.

축산물의 수집, 중계, 분산을 담당하는 시장

기구로는 소 및 돼지 중심의 가축시장과 지육거래를 위한 식육도매시장, 소매상이나 소비자를 대상으로 정육거래를 위한 정육소매시장으로 제도화되어 있으나 시장의 형태, 입지, 합법성에 따른 구체적인 구분은 다음과 같다.



가. 가축시장

축산법에 따라 한우·교잡우·육우·젖소·돼지·가금 등을 거래대상으로 하며 소(젖소제외)는 가축시장내에서만 거래토록 제한하고 있다. 가축시장의 개설자는 시장이나 군수이며 관리

권자는 농수산부 장관이 정하는 기관 또는 기관중에서 개설자가 지정한다.

1983년말 현재 364개의 가축시장이 전국에 분산되어 있으며 관련 축협회의 수는 132개로 축협당 2.7개소에 해당된다. 가축시장에서의 거래방법은 경매와 중개로 되어 있으나 대부분의 시장이 중개에 의한 거래를 하고 있다. 이들가축시장은 업무체계가 2원화되어 있고 시장 이용율이 저조함은 물론 영세한 규모의 시장이 지나치게 많다.

나. 식육도매시장

식육도매시장은 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률에 근거하여 개설자는 시장이며 시장이 위임하는 기관 및 개인이 관리한다. 거래대상은 조수육류(鳥獸肉類) 및 계란이며 경매 또는 입찰에 의하여 거래된다. 식육도매시장의 주된 기능은 반입생축의 도살, 지육의 검량 및 등급사정, 지육의 종람(從覽), 경매 및 입찰, 지육의 반출, 전도금·수수료·판매대금 등 정산을 하는 것이다.

전국 도매시장은 1984년말 현재 7개소가 있으며 서울에 3개소, 부산 2개소, 인천과 대구에 각각 1개소씩 분포되어 있다. 식육도매시장은 수입육 및 지방육반입증가, 유사도매시장의 번창으로 그 기능이 위축되고 있으며 입지와 시설의 부족·부족으로 도매시장으로서 기능수행을 다하고 있지 못한 실정이다.

다. 정육소매시장

소매시장은 쇠고기 및 돼지고기, 닭고기를 취급하는 정육점, 축협직매장, 슈퍼마켓(백화점), 계란을 취급하는 전문소매점, 식료품상, 행상, 우유를 취급하는 가공회사별 직매점, 일반식품점으로 구성된다. 주요기능으로는 지육의 정육화, 축산물의 최종분산 및 단기저장, 소비자수요의 반응 등이다. 전국의 정육점수는 1983년말 현재 22,914개에 이르고 있으며, 지역별로는 서울에 4,694개로 가장 많다.

이들 정육점의 운영자체가 규모의 영세성, 직업관결여, 상도덕의 불공정거래의 가능성이 매우 높고, 육질에 따른 차등가격이 소매 단계에

서 정착되어 있지 못하여 식육유통개선에 커다란 장애요인이 되고 있다.

4. 축산물유통의 물적기능과 조성기능

가. 물적기능

유통의 물적기능은 축산물의 생산과 소비간의 장소적, 시간적, 형태적 조절기능을 말한다. 장소적 격리로부터의 장소효용을 창출하는 수송, 시간적 격리로부터는 시간효용을 창출하는 보관, 그리고 형태적 조절기능으로부터는 형태효용을 창출하는 가공 등이 있다.

(1) 수 송

축산물 수송은 생축과 식육의 경우 많은 차이가 있다. 생축의 경우 대부분 트럭이나 선박등 대형 운송수단에 의하여 수송되고 있지만 근거리에는 도보나 경운기 등도 많이 활용되고 있다. 이러한 생축의 수송은 산지에서 도축에 의한 자유화가 일반화되어 있지 않기 때문에 생체감량, 높은 수송비, 도시공해 및 미관을 해치는 등 각종 사회경제적 비용을 초래하고 있다. 식육의 경우에는 냉동차나 보냉차가 활용되고 있으나 근거리의 경우 일반차량이나 오토바이 등이 이용되는 경우도 많이 있다.

(2) 저 장

지육은 선도유지와 위생적 처리를 위하여 -16℃ ~ -23℃에서 48시간이상 냉동저장된 후 유통하도록 규정되어 있다. 수입육의 전량과 한우육의 비축분의 경우는 냉동저장되고 있다. 전국 57개 특급도축장을 비롯하여 서울의 3개 도매시장에는 냉동 저장 시설을 갖추고 있으나 절대시설이 부족하여 저장상의 많은 문제가 있다. 즉 전국의 냉동 및 냉장시설은 1983년말 현재 371개소로 시설용량은 냉동 5,043T/D, 냉장 316,965M/T에 불과하다.

(3) 가 공

축산물을 가공하는 것은 공급의 평준화, 장기저장, 새로운 수요창조와 시장개척을 하고 보다 맛있게 먹고 편리한 식생활을 영위하기 위해

서 이루어지고 있다. 따라서 축산물가공의 발전은 소비자의 소득수준과도 밀접한 관련을 가지고 있다.

우리나라의 축산물 가공업은 미개발단계에 있다. 현재 육류생산량 가운데 가공비율이 10% 내외에 불과하며 육류가공을 제품별로 보면 소세지 6.8%, 햄 5.5%, 베이컨 0.6%, 통조림 5.3%, 분쇄육 4.3%, 카트미트 76.2%, 기타 1.3%로 되어 있다. 유제품도 대부분이 사유생산이며 버터와 치즈의 생산은 지극히 저조하다.

나. 조성기능

축산물의 교환기능, 물적유통기능 등이 합리적으로 이루어지도록 조성하는 기능으로 첫째, 수요와 공급의 품질적 격리를 조절하는 등급 및 규격화 둘째, 관념적 격리를 조절하는 시장 정보, 세제, 유통활동의 자본적 보조를 해주는 금융, 네제, 유통활동에 수반되는 위험에 대처하는 위험부담기능 등으로 분류할 수 있다.

(1) 등급 및 규격

사전에 설정된 표준이나 또는 등급에 따라 제

품의 각단위를 유별하는 과정으로 생축이나 식육은 다른 농산물에 비하여 등급화가 어려운 실정이다. 우리나라 가축시장에서 생축거래시 실시되는 공통등급기준은 설정되어 있지 않으나 관례에 따르면 소의 경우 체형, 체중·체장·뼈·체고·색깔·비육도 등을 목측에 따라 종합적으로 판단하고 있는 실정이다.

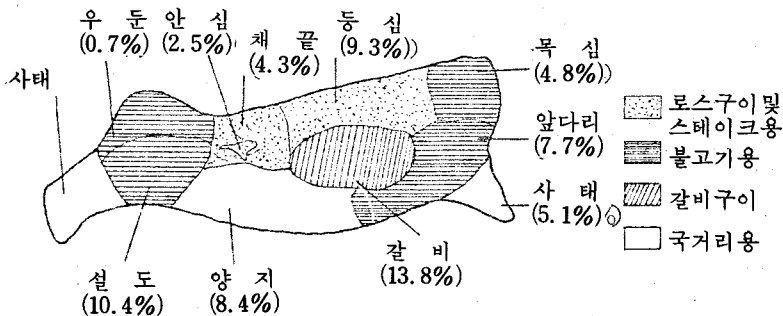
쇠고기의 등급별 판매제도는 1968년부터 실시되었고 최근에는 한우육과 수입육으로 대분되고 있다. 현재 채택되고 있는 쇠고기의 등급은 축협중앙회에 의하면 다음 표에서와 같이 4등급 10개부위로 분류하고 있다.

양계산물은 생계, 계육, 계란으로 구분된다. 생계는 육계와 채란계로 별도의 등급없이 품종 무게에 따라 거래되고 있다. 브로일러는 하이, 세미, 노계 등으로 구분하고 계란은 색깔에 따라 흰색달걀, 갈색달걀, 중량에 따라 특란(61gr 이상), 대란(55~60gr), 중란(48~54gr), 소란(42~49gr), 경란(42gr 미만)으로 구분되어 10개 또는 30개 단위로 거래된다.

등급 및 규격화 자체가 유통비용을 절감하고

| 등급 | 부위명 | 용도 |
|----|-----------------|-------------|
| 상 | 안심, 등심, 채끝 | 스테이크, 로스구이용 |
| 중 | 우둔, 설도, 앞다리, 목심 | 불고기용 |
| 보통 | 사태, 양지 | 국거리용 |
| 갈비 | 갈비 | 탕, 찜용 |

※ 쇠고기 부분육분해도 (10개부위)



자료 : 축협중앙회

유통능률을 제고함은 물론 효과적인 광고·판촉·상품화 계획·품질관리, 제한된 자원의 합리적 배분, 공정거래를 진작할 수 있음을 고려할 때 양계산물의 등급 및 규격화는 우리나라의 여건을 수용하는 차원에서 개선이 이루어져야 한다.

(2) 포 장

축산물을 넣는 용기나 싸는 것을 말한다. 포장 은 축산물의 제품과 상표와의 일체성을 형성하고 유지시켜 주는 커다란 이점이 있다. 이와같은 포장을 시장(施裝)하는 것을 포장화(packaging)라고 하며 주로 촉진목적이 있고 이와 구별되는 하조(荷造: Packing)는 제품의 보호를 목적으로 운송시에 많이 실시된다.

육계의 경우 가정용은 비닐포장으로 판매하고 요식업소용은 몇 수씩 철제상자에 얼음과 함께 점포에 배달판매하는 실정이다. 계란의 경우 30개들이 난좌 12개씩 한 상자단위 또는 10개들이 비닐포장으로 거래되는 매우 단순한 포장 수준이다. 소비자의 수요충동에 많은 영향을 미치는 측면에서도 포장기법의 다양화와 수준의 향상이 절실히 요망된다.

(3) 시장정보

경제활동이 복잡하여 지고 유통물량이 늘어남에 따라 신속하고 정확한 시장정보는 양축농가에게는 물론 소비자, 관련유통인, 정책수립자들에게도 축산물 유통조직을 효율적으로 운영케 하는데 필수 불가결한 기능이다.

양축농가가 자기가 생산한 축산물을 언제 어디서 누구에게 판매해야 가장 유리한 가격을 받을 것인가를 결정하려면 철저한 시장정보가 필요하다. 또한 중간유통인도 각종 유통정보를 파악하고 있어야 구매와 판매행위를 효과적으로 하여 유통비용을 줄일 수 있을 것이다. 특히 정책입안자가 축산정책을 합리적으로 수립하기 위해서는 축산물의 생산, 공급, 소비, 재고, 가격 등과 유통기능상의 각종 활동에 관한 정보가 밝아야 한다.

육계 및 계란에 대한 시장정보의 수집체계와 분산체계는 다음 표와 같으며 그 활용상태는 양축농가의 경우 양계협회 및 축협중앙회 가격정보에 의존하고 있고 중간상인은 양계협회 가격정보를 위주로 하여 상인상호간의 정보교환이 활발하다.*

○수 집 체 계

| 기 관 별 | 조사대상 | 조사사항 | 조사지역 | 조사담당 |
|-----------|------|---------|-----------|-----------|
| 축 협 중 앙 회 | 산지시장 | 농가판매가격 | 서울등 8개지역 | 지역 축 협 |
| | 도매시장 | 도매가격유통량 | " | 축 협 중 앙 회 |
| 농 어촌개발공사 | 소매시장 | 소매가격 | 서울등 10개지역 | 농어촌개발공사 |
| 경제기획원통계국 | 소매시장 | " | 서울등 9개도시 | 통 계 국 |
| 한 국 은 행 | 도매시장 | 도매가격 | 전국 주요도시 | 조 사 국 |

○분 산 체 계

| 기 관 | 내 용 | 분 산 |
|-----------|--------------------------|--|
| 축 협 중 앙 회 | 생축 및 축산물의 유통단계별 가격 및 유통량 | TTS, 인쇄물 배포(축산진흥지 축산조사계보, 월별분기별 동향보고지, 축산정보) 방송, 전화자동응답장치등 |
| 경제기획원통계국 | 소매가격 | 인쇄물 배포(통계월보, 통계연감) |
| 한 국 은 행 | 도매가격 | 인쇄물 배포(조사통계월보 등) |

자료: 축협중앙회