

계란유통상의 문제점과 개선대책

오경농장 김중경

머 리 말

계란유통상의 문제점과 개선대책이라는 글을 쓰기에 앞서 먼저 밝혀두어야 할 것은 이 글이 학문적인 연구와 이론상의 합리성을 추구한 결과가 아니라 양계산업에 종사하면서 한국시장의 현실성에 부딪쳐 실제 피부로 느끼는 문제점과 앞으로의 시장 변화형태 또 업계가 스스로 유도하여야 되겠다는 방향을 생업으로 영위하는 입장에서의 느낌을 말하고자 하며 또 지역적인 문제이지만 1차산업에 종사하는 계란의 생산자가 어느 정도 가격결정권을 행사하고 있으며 가능한 한 생산자의 이익을 추구하고 보장받게 된 경험도 밝혀 두고자 한다.

그리고 계란의 유통상의 문제점과 개선대책이라는 내용은 계란의 시장을 정확히 파악하고 분석에서 출발하여야 된다고 생각한다.

한국의 산업구조가 어느 분야를 막론하고 너무나 일천하다는 것은 재론의 여지가 없다.

요사이 흔히 입에 오르내리는 산업사회니, 시장경제니 하는 용어가 아직 생소한 느낌을 주는 것과 마찬가지로 경제 변화의 태동이 1960년대 부터이고 보니 양계인이나 계란시장이나 다 같이 1960년대 이후 급격한 변화속에 사육자의 생각, 사육형태, 사육기술, 계란판매처리 형태가 너무나 다양한 형태로 공존하고 있다는데 문제가 많이 제기되지 않을 수 없다. 따라서 어떤 논리나 유통질서의 체계를 정립할 수 없는 것이 우리의 현실인가 한다.

계란 유통상의 문제

계란 유통상의 문제는 우선 계란의 상품성의 문제와 계란 판매 과정상의 문제로 나누어 고찰하여야 할 것이다.

A. 계란 상품성의 문제

대체로 1차 산업에 종사하는 사람들이 오늘날의 시장에 대하여 확고한 개념의 정립이 되지 않은 상태에서 양계업을 영위하는 경향이 대다수를 점하고 있는 실정이다.

시대는 축산불이 아니고 축산품을 요구하는 시장형태로 변화하여 가고 있는 시점에서 아직 변화의 흐름에 적응하지 못하고 농민의 특성인 아집과 독선, 이익의 독점욕의 범주를 벗어나지 못하고 보니 경영과 시장의 기능을 이해하고 응용하여 양계수익을 보장받지 못하고 서서히 많은 농장이 도태되어 가고있는것이 통계상으로 나타나고 있는 것이다.

여기서 계란의 상품성의 문제를 몇가지 생각하여 본다면 소비자가 어떠한 상품(계란)을 요구하며 기호는 어디에 있으며 또 어떠한 등급품을 누가 어디에서 소비하는지 또 상품관리를 어떻게 하여야 시장의 판로가 안정되며 시장의 신장이 이루어져 제값을 받을 수 있는 바탕이 될것인지 또 내 상품이 소비자의 신용을 얻을 것인지 전혀 생각을 갖고 있지 않는것이다.

예를들면 오봉국교수의 유통조사통계 자료에

소비자가 구매하는 계란의 위생문제관심 82%

희망포장단위 10개 89%

유색란 기호도 83%

위와같은 소비자의 구미에 맞추어 또 유념하여 계란생산계획을 갖고있는 사육농가의 수가 몇이나 될것인가 하는 것이다.

일반적으로 유통구조를 생각하면 흔히들 계란생산농가에서 상인을 거쳐 소비자에게까지 가는 유통과정에 있어서 계란의 가격과 유통마진과 소비자의 가격 또는 상인의 거래 과정에 있어서 불합리성등을 지적하고 논란의 대상이 되나 우리가 한번 더 유념하여 볼 것은 모든 산업구조와 시장거래형태가 원천적으로 그 상품의 특성과 소비자의 구매형태에서 소급하여 정비되어지고 있다는 구조적인 시장기능을 생각한다면 최종소비자를 의식하지 않고 사육농가 본위로 생산하여 상인의 처분에 의지하고 있는 현 체제에서 표면에 나타나고 있는 문제만을 다루고 논의한다는것은 큰 의의가 없는 것으로 본다. 그러므로 채란양계 농가도 우선 소비자가 요구하고 또 좋아할 수 있는 상품으로서의 계란을 생각하면서 양계경영을 할 자세의 확립이 시급하다고 할 것이다.

그리하여 축산물이 아닌 축산품의 생산체제로 경영을 개선하여 신선하고 완벽한 영양의 자연식품을 저렴한 가격으로 소비자의 구미를 돋우어 국민건강에 기여하는 국민의 식육으로 계란의 상품성을 부각시키는 것이 근원적인 문제가 아닌가 하는 것이다.

여기서 몇가지 상품에 대한 구체적인 예를 들어보면 벌써 선진국 진입이라는 구호가 귀에 그렇게 낯설지 않은 한국의 실정이다.

왜냐하면 우리의 계란시장도 선진국 형태의 시장, 중진국 시장, 후진국 시장을 다 함께 갖고 있다는 것을 알 수 있다.

정확한 통계 수치는 아니지만 추정치로 본다면 서울지역은 국민소득 6000 불 이상의 선진국 기타 중대도시 2000불정도 중진국 농촌지역은 1000불 내외의 후진국의 범주를 벗어나지 못하고 있으니 자연 달걀시장도 또 달걀의 상품으로서의 얼굴도 다양할 수 밖에 없으며 유통상의 문제에 있어서도 G.P 센터를 거친 위생처리 된 포장상품이 슈퍼마켓에 진열되는가 하면 오염된 난좌에 청결치 못한 계란을 노천에서 그냥 수

송하고 있는 현실이다 보니 자연 우리는 어느 길로 어떻게 개선된 상품으로 가야 할 것인가는 명백한 일이다.

우선 몇 가지 간추려 보면

1. 저질사료에 의한 저질란의 생산을 개선하여 난질을 높여야 한다.
2. 계란을 좀더 청결히 관리하여 사료와 계분이 부착된 계란을 개선하여 깨끗하고 신선감을 주는 계란을 유통시킬 것이고
3. 최소한 1회용 난좌의 사용으로 계란용기의 불결함과 제일 문제가 심각한 하절기의 계란의 혐오감을 없애야 하고
4. 계란의 판매조직을 재편하여 1일 출하체제를 갖추어 신선난을 시장에 유통시켜야 하며
5. 위생문제가 대두되는 현실에 식품인 달걀을 불결한 난좌에 노출된 채 수송하는 체제를 개선하여야 한다.

또 나아가 축산품의 개발로 소비자의 수요를 창출하여야 하는 것이 오늘의 산업사회의 특성이며 새로운 수요창출없이 현대의 생산력을 소화시킬 수 없으며 결국 그 상품생산은 정체상태에 들어가야만 하는 시장경제원리를 축산업이라고 해서 이 범주를 벗어 날 수 없다. 그러니까 소비패턴을 변혁시켜야만 하는 것도 업계에서 찾아야 하며 더욱 현대인은 식상하기 쉬운 소비자이기에 맛과 가격보다 눈으로 상품을 구매한다는 사실을 양계업계에서도 유념하여 청결과 상품포장의 다양화와 새로운 식품, 새로운 요리개발등 생산의 입장에서 노력의 기울여야 할 것이다.

B. 계란판매 유통구조상의 문제

달걀의 유통체제는 시기적으로 아래와 같이 대략 네가지 단계로 분류하여 고찰할 수 있다.

1960 ~ 1975 년대

1975 ~ 1980 년대

1980 ~ 1985 년대

1985 년이 후

1960 ~ 1975 년까지는 전업양계의 태동기로서 계란판매조직은 대체로 지역수집상이 농가를 방문하여 달걀을 수집하여 도시의 도매상에 인제하여 도매상은 중소매상에게, 중소매상은 자전거 배달상 또는 소매점포에 판매를 하는 비교적 유통과정이 단순하였으며 판매경쟁도 비교적 안정된 시장이 확보되어 있는 상태였다.

1975 ~ 1980 년대는 추력의 수가 증가하고 농장의 규모도 비교적 크지 않으므로 도매상들이 추력을 보유하여 농장에 직접 연결되어 수집상의 역할까지 겸하는 형태가 많아졌으며 중소매상도 아직 자전거와 오토바이로 유통에 참여하고 있었던 단계로 유통질서에는 큰 변화가 없었다.

1980 ~ 1985 년대에 들어와서는 생산농가도 전업농내지 기업화의 단제가 되었으며 모든 도매상뿐 아니라 농장과 중소매상까지 소형트럭을 보유하게끔 성장하므로써 자연 행동반경이 넓어지고 치열한 시장쟁탈전이 벌어졌으며 또 나아가 중소매상이 도시 근교의 농장에 직접거래에 나서므로써 계란가격 형성에 대 혼란이 일어나기 시작하는 것이다.

왜냐하면 농장의 판매가격도 또 계란의 중소매가격도 도매상과 중소매상과의 판매경쟁으로 자연히 도매상 그룹은 지역적으로 불리한 원거리 농장을 거래대상으로 잡지 않을 수 없었으며 여기서 구입가격의 차이를 내지 않으면 도매상의 이윤이 생겨날 수 없는 상황이 되고 보니 전국의 달걀가격이 평준화 단계에 이르게 되었으며 지역마다 고시가격이 형성되어 정착한 것이다.

그러나 우리가 주의할 것은 도매상이 생존하기 어렵게 되다보니 재고장사의 (저장보관으로 가격차에 의한 마진 취득형태) 방향으로 변경되면서 가격조작이 이루어 지지 않을 수 없게 되었으며 더욱 농가의 출하

가격은 명복상 고시가격을 기준으로 DC (Discount) 형태로 지역에 따라 달걀 개당 2~7원까지의 농장별 달걀의 출하가격은 오히려 극심한 진폭을 가져오는 현상이 생겨난 것이다.

물론 이것이 상인의 횡포에서만 일어난 것이 아니라 생산자에 더 많은 책임을 가져야 한다는 것을 지적하지 않을 수 없다.

이러한 무질서속에서도 생산의 수급불량이 그런대로 유통질서가 형성되어 나가고 있다.

1985년 이후 계란유통의 상황은 여러가지 복합적인 요인에 의하여 새로운 국면으로 접어들면서 혼돈과 농장경영의 존폐의 판가름이 나면서 유통질서가 재정비되는 단계가 되지 않을까 한다.

몇가지 요인을 고찰하여 보면 86년과 87년이 하나의 전환의 고비로 최악의 가격혼란이 예상되기 때문이다. 여기에는 사육농가의 생산력과 상인과 소비자의 수요에 의하여 이루어지던 유통구조가 사료물량확보라는 사료공장측의 필요요건에 의하여 농장이 외상의 힘을 입어 타력에 의하여 규모 확장이 이루어져 농장의 경영능력을 넘어서는 생산력을 보유하게 되므로서 산물처리의 능력을 보유하지 못하고 더욱 생산과잉으로 농장이 달걀시장의 개입은 커녕 다량의 달걀을 더욱 더 상인의 손에 의존하다보니 계란의 출하가격은 상인의 손에 일침 결정권을 넘겨준 농가가 허다하게 되어 버렸다.

왜냐하면 수송수단의 발달과 농장의 과다 생산력과 도매상과 중상인과의 구별없는 달걀판매시장의 혼전으로 판매가격과 이윤폭은 더욱 좁혀졌으며 그 결과 모든 것은 농가가 부담하게 되어 일부농장에서는 가격없이 출하하고 상인은 달걀을 팔아서 적당한 가격으로 수일후 수표로 결제되는 기상천외한 거래형태가 이루어지게 되었다. 이러한 현상이 있다보니 농장과 사료회사와의 사료대금결제문제가 개입되므로써 농장에서는 사

료내를 달걀을 팔아서 처리하는 달걀처리형태가 생겨나기 시작한 것이다. 그러다 보니 자연 사료회사의 달걀처리는 제값을 받아 농장의 이익보장보다 다량의 불량처리위주로 상인과의 거래가 형성이 되지 않을 수 없고보니 농장에서 제값을 받을수 없는 것은 자본의 여지가 없는 것이다.

위와같은 유통질서의 혼란속에 농장이나 상인이나 모두 싸움속에 자기 이익을 보존할 수 있는 길은 없다. 다만 농장과 상인의 공존의 상도덕의 바탕위에 공존윤리가 형성되어 새로운 거래와 유통질서가 재정립되어야 한다. 왜냐하면 모든 것은 소비자가 보장하여 주기 때문이다.

그러나 이것이 생각이나 합의에 의하여 결코 이루어질수 없는것이 현실사회의 엄연한 실상이다.

그러나 묘하게도 냉정하고 치열한 시장경쟁에서 결국 하나의 새로운 유통질서가 정립된다는 것도 어떤 의미에서 승리인가 한다.

결론으로 유통구조상의 문제점에 있어서는 적자생존을 위한 최선을 각자가 다하는 것이 문제해결의 근원인가 하는 것이 시장경제와 자유경쟁의 귀착점이 아닐까 한다.