

양계산업의 경제통합과 사료회사



박 준 규
(주)미원 사료사업본부
기획과장

I. 경제통합의 필요성

전통적인 영세 부업축산에서 도약단계를 거쳐 전문화 단계에 들어가 있는 양계산업은 고능률 생산의 안정단계에 진입키 위하여 고도의 전문화 및 분업화, 연관산업의 다양화가 필요하며 소비의 창출, 육종개발, 경영합리화, 제품의 다양화 등이 요청된다.

특히 생활수준 및 사회여건의 변화에 따라 간편식품의 급속한 팽창, 식육유통의 변화, 식품의 고급화, 냉동·냉장산업의 발달은 육계산업의 경제통합 즉, 계열화 필요성을 강조하고 있으며 미국, 일본, 호주 및 유럽 등에서 계열화의 예를 볼 수 있다.

또한 시대의 변천에 따라 대량생산 시대에서 소량다품종 생산시대로 전이되어가고 있는 추세를 양계산업만은 이를 수용치 못하고 연중행사처럼 되풀이 되는 육계시세의 폭락을 초래하고 있는 바, 이는 수급불균형, 홍보부재, 구매의욕 저하 등 많은 요인이 있겠지만 만들어서 판다는 단순사고하에서 양계산업이 영위되어 왔기 때문이다.

계열화는 양계산물의 생산과정에서 부터 소비과정을 전후로하여 생산요소의 공급단계, 사육단계, 도축 및 가공단계, 유통단계 등 생산에서 소비까지의 제단계중 두가지 이상의 단계가 동일한 경영관리체계하에서 경제

적으로 통합되는 것이며 육계의 생산에서 유통까지의 각 단계의 관련 경제단위를 일괄적으로 수행하는 종합적 경제체제라고 할 때 결국 계열화는 팔리는 물건을 만들고 생산비 절감을 통한 시장의 확대이다.

1. 양계산업은 팔리는 물건을 만드는 것부터

「만들어서 파는 것이 아니라 팔리는 물건을 만드는 것이다」 그러나 우리의 현실은 계분이 묻어 있는 상태로 유통되는 달걀, 시장구석에서 잡아주는 생계 등이 상품력을 감퇴시키고 있음은 물론 냉장고에 들어가는 물건중 분(糞) 묻어 있는 채로 들어가는 것은 달걀뿐일 것이다. 또한 야간의 집중도계 등으로 도계제품의 문제점 및 소비시장의 확대를 위한 홍보 등에서도 손발이 맞지 않으며 남이하는 것으로 인식하고 강건너 불구경 하듯이 하고 있는 경향이 보인다.

M사는 '88년 6월중에 관련산업의 일원으로서 산란업

국내 축산물 수요전망

(단위: kg/명/년)

구 분	인 구 (천명)	1인당 GNP	육류*	계란	우유	사료(천톤)
1991	44,690	3,060	19.8	9.6	55.1	11,000
2000	49,350	5,035	30.0	13.2	134.0	14,980

2,000년대를 향한 축산업 전망

* 쇠고기, 닭고기, 돼지고기의 합계

계의 아픔을 같이하고 소비촉진의 일환으로 달걀소비캡 페인을 주요 일간지를 통하여 홍보하고 있다.

팔릴 수 있는 물건이 계열화를 통하여 가능하다고 할 때 팔릴 수 있는 시장에 대하여 살펴보자. '87년도 우리나라 1인당 육계는 3.2kg, 계란은 149개정도를 소비하고 있다.

2. 생산비 절감을 통한 국제경쟁력 제고

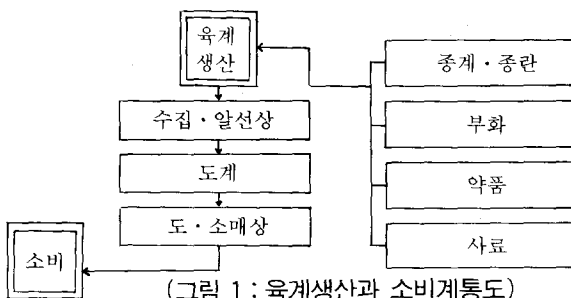
전면적인 수입자유화가 된다면 현재의 단위당 생산비로는 양계산업의 기저가 흔들릴 것은 뻔하다. 따라서 계열화에 의한 생산비 절감을 통하지 않고는 양계산업이 두손 놓고 처분만 기다리는 형세가 될판이다.

미국, 호주, 태국의 경우 닭고기 생산원가는 520~580원/kg선으로 국내에 1,000~1,100원/kg선으로 공급이 가능하다. 국내 육계업계의 생산비를 650원/kg선으로 낮추는 문제가 사료가격 및 효율, 병아리 값의 조정 등을 통하여 가능할 때, 일본을 상대로 수출이 가능하다. 이에 수입개방에 대비한다는 차원보다는 수출경쟁력을 제고키 위해서라도 생산원가의 절감은 너무나도 당연한 일이다.

육계의 총원가를 낮추기 위해서는 ① 사료가격 ② 사육성적(육성율, 사료요구율, 평균체중, 사육일수 등) ③ 도계처리장의 회전율(사양가 그룹을 순환하여 수급 조절) ④ 계육의 품질 ⑤ 판매장, 이상의 조건들이 모두 충족되면 총원가를 낮출 수 있으며 이중 하나라도 빠지게 되면 잘 회전되지 않는다.

지금까지 우리는 닭의 생산원가를 낮추는 데에만 전념하여 왔으며 ④, ⑤를 양계산업에 직접적으로 관계치 않는 사람들에게 맡겨왔다.

가격경쟁력은 생산원가를 낮추었다 하더라도 소비자 가격에 반영되지 않을때 소비촉진은 이루어지지 않는다.



(그림 1 : 육계생산과 소비계통도)

그림 1을 보면 독립된 각 계층이 상호간에 최대수익을 추구함으로써 결국은 소비자의 제반욕구를 충족치 못하는 사례가 반복되고 있다. 양계산업은 팔수 있는 물건을 만드는 것에서 출발하여야 한다. 즉, 경쟁력이 제고되어야 한다. 이렇게 하기 위해서는 각종의 제도가 수반됨은 물론 이익집단의 연관 경영 및 조정을 위한 계열화(integration)의 필요성이 한층 요구된다.

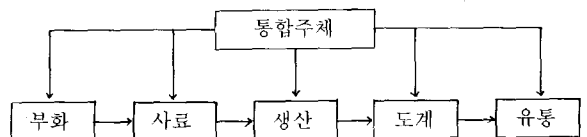
II. 계열화 구성 및 가능성

필요성이 있다고 가능한 것은 아니며 효과를 예측하여 계열화는 현실적으로 우리앞에 그 모습을 드러낸다.

기대효과로서는 규모의 경제에서 오는 비용절감과 기업경영 방식의 쇄신에서 오는 이점을 이용할 수 있으며 집결된 경제력을 취약부분에 집중적으로 투자할 수 있다. ① 경제성장의 가속화 ② 경쟁력 제고를 통한 시장의 유지·강화 및 국제 진출 ③ 가격의 안정화 ④ 위험분산에 따른 경영의 안전성 ⑤ 관련산업의 균형적 발전 ⑥ 규모의 경제 ⑦ 산업구조의 고도화 등이다. 이러한 기대효과를 감안 육계계열화의 구성 및 가능성을 살펴본다.

1. 계열화 구성 및 단위

육계산업은 많은 요소로 구성되어 상호 작용하고 있으며 이들 전 과정상의 중요한 계열화 단위는 다음과 같다.



(그림 2 : 계열화 단위 및 구성)

계열화의 유형으로는 형태, 수단, 조직 등으로 분류할 수 있다. 아몽든 생산에서 소비에 이르는 관련산업 기능이 하나의 경영체제하에서 경제적 통합을 이루어 조정되고 기획되는 것이다. 방법으로서의 계약 및 기타 방법에 의할 수 있다.

2. 계열화 가능성

닭고기에 대한 소비자의 태도에 가장 큰 영향을 미치

는 요인으로 ① 생활양식(life style)의 변화, ② 가격, ③ 상표나 포장상태의 인식 확산 등이다.

상기와 같은 요인을 감안하여 구성요소에 대하여 하나 하나를 점검하면 첫째, 부화 및 사료는 생산능력과 기술부문에 있어 이미 고도산업화 단계이다. 둘째, 사육 및 도계는 가격 불안정과 일부를 제외하고는 낙후된 부문으로 오히려 계열화 필요성이 절실히 요청되고 있다. 셋째, 수요와 유통부문은 유관산업 즉 냉장·냉동 식품의 소비다양화 추세와 관련산업의 발전, 사회여건의 변화에 따라 전망은 매우 밝다.

Ⅲ. 계열화는 누가 할 것인가

계열화의 당위성, 필요성, 기대효과, 가능성 등에 대하여 알아보았으나 실제적인 것은 누가 선도자적인 입장에서 계열화를 시도하고 성공적으로 이끌 수 있는가가 관건이다.

1. 계열화의 필요성을 절실히 느끼는 사람

세상에 일이 쉬운 것이 흔하지 않은 것과 같이 계열화는 필요성과 열의를 갖춘 사람이 하여야 할 것이다. 위와 같은 사람은 자생적으로 조직된 축산관련 협회, 협동조합, 계우회 등과 양계산업 관련회사 조직으로 대부분할 수 있다.

특히 회사조직으로는 부화, 종계, 종란, 도계 등의 많은 회사조직이 있지만 사료회사에 주목할 필요가 있다.

2. 경영능력이 있는 사람

계열화의 필요성과 열의를 갖고 있다 하여도 계열화에 대한 「노하우」를 알고 있지 못하다면 실패하기 쉽다. 또한 훈련된 인원에 대한 관리·조정·조화능력이 요구된다. 첫째, 계열화에 대한 기술적 감각과 경영감각이 탁월하여야 하며 제1차산업에서 제3차산업까지의 흐름을 정확히 읽어야 하는 즉, 미국의 옥수수 생산에서 육계가 생산되기까지의 수 많은 요소와 시간의 장기성 등에 대한 탁견이 있어야 한다. 둘째, 계약에 의한 계열화에 있어 수평적 단위간의 경쟁양상에서 수직적 단위 하나하나에 수평적 관계의 단위간 경쟁이 보태어지는 양상으로 마켓팅 능력과 시스템적 관리 등이 주요한

역량이 된다. 복합적 계열화 단위간에 일부 단위가 경쟁 등에 있어 실패하면 결합된 또다른 단위마저 부실해지는 「경영의 도미노」 현상이 발생할 우려가 있다.

3. 자금력이 있는 사람

자금과 수익측면에서 살펴볼 때 첫째, 계열화의 활성화가 이루어지면 계열화 하나하나의 이익에 의한 누적적 이익 효과를 얻을 수 있으며 자금상의 여력이 배증된다. 부실하게 될때는 반대이다. 둘째, 복수의 계열화 단위에 따라 불확실성이라는 현대사회 특성과 마켓팅 환경급변 등에 따라 예상치 못한 자료수요에 대비하고 관리하는 위기 대처능력이 있어야 한다.

4. 계열화 주체 가능성에 근접한 단위

사료회사를 살펴보면 성장이 안정기에 접어들어 다각화 필요성과 경영능력과 자금력이 다른 계열화 단위중 계열화 가능성에 가장 근접하고 있다. 다만 기업은 시행착오를 할 수 없으므로 사료회사는 신중한 검토와 빈틈없는 관리가 요청된다.

Ⅳ. 사료회사에서 본 계열화

C그룹은 한국양계산업의 선도자적 입장에서 그동안 수 많은 시련과 부담을 감내하면서 그룹내의 총력을 집중 육계계열화 사업을 성공적으로 이끌고 있다.

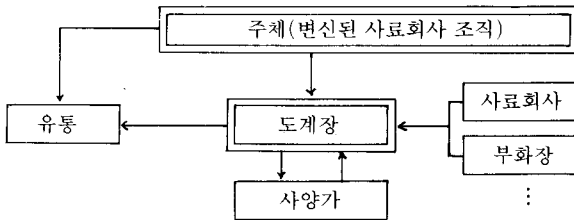
또한 M사료회사는 육계불황시 육계수매·비축사업에 참여하는 등 부분적이나마 관련산업으로서의 소임을 하고 있었다.

그러나 정도의 한계를 체득케 되었으며 계열화에 대한 강한 집념을 갖게 되었다. 계열화 주체는 유통 및 도계장을 중심으로 하여야 성공할 수가 있다고 본다. 왜냐하면 가격과 수요와 공급에 가장 민감한 부문이기 때문이다.

현실적으로 계열화는 인적, 물적 그리고 자금면에서 규모가 큰 사료회사에서 선도되어야 한다. 그 방법으로는 사료회사에서 도계장을 중심으로 다수의 관계인은 계약으로, 유통설비와 자료설비 등은 계열화 주체에서 부담하는 것이다. 이때 사료회사는 단순한 사료공급을 하는 계열화의 요소가 아니라 새로운 조직으로 변신한다.

1. 기본적인 운영체제

가. 계열화의 흐름



(그림 3 : 계통도)

나. 계열화 방법

도계장을 중심으로 사료회사에서 도계장을 대리점 또는 위탁점, 실수요자로 하고, 도계장은 사양가와 계약을 맺고 계열화를 한다.

다. 관리

첫째, 자금면은 계열화 주체의 조정으로 도계장과 유통·사양가와와는 30일, 도계장과 사료회사와는 60일 정도의 결제기간을 정한다. 둘째, 유통측면은 계열화주체

(기업이미지가 제고된 회사)의 상표력과 품질보증을 하게하고 기존의 조직력을 활용한다. 또한 유통을 계열주체에서 전담하거나 기존의 유통을 이용하는 경우 전문 유통을 확립키 위해 냉장·냉동설비를 제공하여 판매의 저변을 확대하고 도계장을 발전시켜 제품의 다각화(생계, 부분육, 육가공 등)에 각별한 관심을 집중한다. 세계, 관리면으로는 계열화 단위간의 쌍무계약을 중심으로 계열화단위에 대한 감리 및 경영지도를 실시하며 채권보전 등의 실무적인 절차 및 자금운영에 있어서 「팩토링제도」 등을 이용한다.

2. 발전방향

팔리기만하면 기업가 안될 사람 없다는 말이 있듯이 계열화 주체는 판매담당 단위가 바람직하다. 사료회사가 주체가 되는 경우, 중국에는 계약적·부분적 계열화에서 수직적 계열화로 진로를 전환하여야하며 계열화주체에 대하여 적대관계를 청산하고 대국적인 견지에서 지원하여 양계산업을 계열화로 이끌어 나가야 한다. 양계

녹십자수의약품주식회사

서울사무소 : 서울특별시동작구시당동1031-29
☎ 582-9181~5
본사·공장 : 경기도용인군기흥읍구갈리227-5
☎ 수원 83423/4



세균성 질병이라면

몽땅 맡겨주십시오.

- 소독 : 축산의 기본입니다.
- 바이러스성질병 : 백신으로 예방합니다.
- 세균성질병 : 세균성질병은 몽땅 **이메퀼-10**에 맡겨 주십시오. CCRD의 예방도 맡겨 주십시오. 마이코플라즈마에는 감수성이 적지만 마이코플라즈마 단독으로는 병이 잘 나지 않습니다.



이메퀼-10