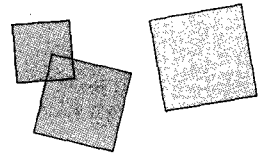


가격경쟁 시대에서 품질경쟁 시대로 돌입



□ 취재/이영오 기자

UR의 타결로 정치, 경제, 사회 등 국내의 모든 분야가 국제화를 외치고 있다. 그중에도 위기가 더욱 고조되고 있는 것이 농축산물의 유통체계이다. 특히 계란유통체계개선의 필요성은 누구나 인식하면서도 해결을 위한 방안모색이 미흡했다는 지적이 많다.

시설자동화를 통한 원가절감이 국제경쟁력을 제고시킨다는 생각이 일시적으로 양적인 팽창을 부채질해 왔다고 볼 수 있다. 아직은 전체계란

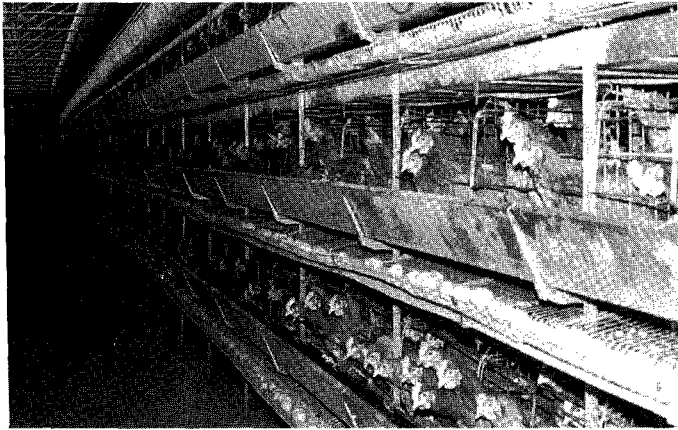
유통의 90% 정도가 상인들에 의해 이루어지고 있음이 이를 뒷받침한다. 생산자들이 유통에 직접 참여하지 못한다는 이유가 크게 작용했던 것은 사실이다.

이제 국제화시대에 맞게 생산자가 직접 참여하는 유통구조의 개편이 절실히 요구된다. 미미한 실정이긴 하나 유통에 관여하는 농장이 증가하는 추세에 놓여있다.

현재 시중에서 유통되고 있는 계란을 분류해 보면 일반

란, 영양란, 위생란으로 대별이 된다. 첫째 일반란은 난좌 판매가 주류를 이루고 있으며, 계란판매의 95% 정도를 점하고 있다. 그러나 기본적인 세척도 하지못해 이물질 등이 묻어있어 간혹 소비자들에게 좋지않은 인식을 주기도 하였던게 사실이다.

둘째, 고급화, 고영양성을 강조하는 영양란인데 특정한 영양성분을 강화시킨 사료를 섭취, 생산된 계란으로 '90년대 이후 차별화에 성공하여 부가가치 향상에 기여했다는



데는 공감하고 있으나 소비자 입장에서 볼때 계란의 영양성분이나 내부품질검사를 공인해줄만한 제도적 장치가 없어 영양성분이나 효능에 의문을 많이 제기하고 있다. 그리고 생산자 입장에서 전제시장을

을 고려할때 소비를 위축시켰다는 부정적인 시각이 많은 것도 사실이다.

셋째, 위생란은 일반란을 한 단계 발전시킨 것으로 세척, 검란, 등급 등의 과정을 거쳐 보다 위생적으로 처리한 계란

에 상표를 붙여 판매하는 계란을 말하고 있다. 현재 G.P 과정을 거쳐 생산자단체가 계란을 유통시키는 양은 전국적으로 대략 5%선에 머무르는 매우 미약한 실정이다. 규모가 영세한 농가로선 자본이 많이 드는 G.P센타를 갖출 수 없다는데 문제가 있다. 채란업의 지속적이고 안정적인 발전을 위해 생산자가 G.P란을 공급할 수 있는 체제전환이 필요하다.

경기도 이천군 K농장의 경우 “건강 OK 란”이란 상표로 하루에 직접 1만8천개를 생산 판매하고 있다. 판매하는 방식을 보면 생산의 50% 중간

표. 유형별 계란판매시 수입액 비교

(1일/1만수, 특란기준)

구	분	사료비	처리비용	판매금	수입액	비고
일반란	일반유통 (상인)	260,000원 (130g×10,000수×200원)	-	337,920원 (52.8원×6,400개)	77,920	• 체화시 2중시제
	상표유통 (납품)	"	3,072원 (4.8×6,400)	371,200 (58원×6,400)	80,480	• 일정가격
위생란	일반유통 (상인)	"	554,400원 (8.5×6,400)	396,800 (62원×6,400)	82,400	• 체화시 2중시제 • 거래처 확보용이
	상표유통 (납품)	"	75,520원 (11.8×6,400)	448,000 (70×6,400)	112,480	• 품질보장
영양란	일반유통 (상인)	299,000원 (130g×10,000×230원)	54,400원 (8.5×6,400)	428,800 (67×6,400)	75,400	• 계약생산
	상표유통 (납품)	"	75,520원 (11.8×6,400)	640,000 (100×6,400)	265,480	• 부가가치 창출

- 자료는 현재 생산하는 농가를 대상으로 조사한 94. 1월현재 상황을 입의로 조사한 것임.
- 사료비는 허실량까지 포함
- 처리비용은 G.P, 포장, 인건비, 운송료만을 적용한 것임.
- 판매금은 농장 수취가격 적용
- 직접 납품시 자본금에 대한 이자율은 계상하지 않고 생산비용으로만 계상

상인에게 판매하고 있으며 50% 정도는 지역의 슈퍼나 아파트, 식당 등에 직접 판매하는 방법을 택하고 있다. 이 과정에서 중간상인에게 판매한 경우 생산자 난가에 15원 정도를 더 받고 있으며, 직접 판매할 때 난가의 변동에 관계없이 한개당 100원씩 일정한 가격으로 판매하고 있다(표참조).

특란과 대란을 상표화하고 있으며 그의 나머지 등외란과 환우계, 60주령 이상의 닭에서 생산된 계란은 상품화하는 것을 배제하고 있다.

상표엔 농장명, 이름, 전화 번호, 유통기안 등을 표시해 유통과정에서 어떤 문제가 발생하면 농장에서 바로 확인해 농장에서 시정이 될 수 있도록 하고 있다. 그런 덕분에 주문량이 꾸준히 늘어나는 추세이다. 직접 판매하는 물량도 많아져 하루에 많게는 70만원의 수익을 올릴적도 있다고 한다. 심지어 강릉, 대구 등지에서 농장으로 직접 찾아온적도 있다고 말하고 있어 지역적이긴 하지만 계란의 차별화에 어느정도 정착한 것으로 보여진다.

표는 1만수를 기준으로 양



계업을 할 경우 일반란, 위생란, 영양란의 수익성을 비교해 놓은 것이다. 최근에 이르러서는 상표화된 계란의 종류만도 대략 60여종에 이르고 있다. 가격도 242원의 고가란에서 90원의 저가란까지 천차만별이다.

여기에 일부이긴 하지만 일반계란에 상표만 붙여 위생란이나 영양란인 것처럼 판매하고 있어 문제의 심각성이 있다. 또 무분별한 상표의 난립으로 인하여 소비자들이 계란을 선택함에 있어 적지않은 혼란을 가져오고 있는 것이 현실이다. 값싸고 맛 좋고 안전한 제품을 구입하려는 것이 소비자들의 생각이고 보면 가격경쟁이 아닌 품질경쟁시대에 접어들었음을 의미한다. 영양이 풍부한 계란을 얼마만큼

의 신선도를 유지하면서 공급하느냐가 상표화에 따른 과도기적인 현상의 잔재인 유통의 부조리를 척결할 수 있을 것으로 믿어진다.

생산자 입장에서 보면 복잡한 유통체계를 배제하고 판매망을 확보하여 직접 유통에 참여하는 것이 바람직하다. 우리 채란업은 앞으로 3, 4년의 구조조정기를 거칠 것으로 예견되고 있다. 국제경쟁력 제고 차원에서 생산자들은 계열화에 대한 관심이 높아지고 있는 것이 사실이다.

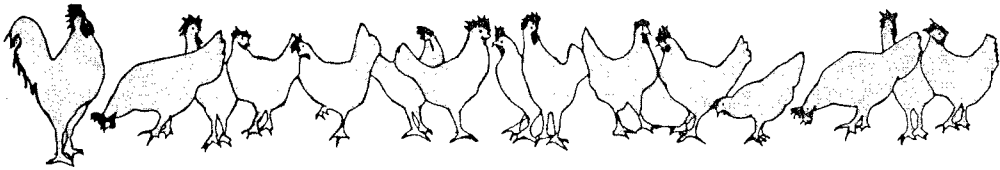
계열화 사업으로 얻어지는 것은 첫째 가격변동에 따른 소득의 불안정에서 안정적인 소득을 올릴 수 있다.

둘째, 사육규모의 확대, 자동화로 생산비를 낮춰 소비자 가격을 내릴 수 있다.

셋째, 유통구조의 합리화를 기할 수 있다는데 계열화의 필요성을 느끼게 한다. 또 조합이나 지역적인 조직을 이용, 공동상표를 붙여 출하하는 방법이다. 그러나 약간의 문제가 있는 것으로 판단된다. 첫째 급여하는 사료의 성분에 따라 농장마다의 계란의 특성이 무시될 수 있으며, 둘째 공동상

표를 부착할 경우 관리가 잘 된 농장과 관리가 부실한 농장이 있을 수 있어 생산자나 소비자들에게 좋지않은 결과를 초래할 수 있으므로 개선의 여지가 있다. 한 예로 공동상표를 부착하되 농장명을 표시한다거나 인정기준을 만들어 기준에 미달되는 계란을 등급을 표시해 판매하는 것도

하나의 방법이 될 것이다. 결국 계란소비를 증가시키기 위해선 신선도가 강조된 위생적인 계란생산과 더불어 소비자들이 가지고 있는 계란에 대한 잘못된 인식을 불식시킬 수 있는 교육과 함께 계란의 우수성 홍보에 가일층 노력해야 할 것이다. **양기태**



신제품

최고의 품질을 위해 정성을 다하여 제작하고 있습니다.



● 돼지단미기 및 부리절단기



● 부리절단기



● 병아리 급수통 (워터컵)

1) 니플 및 물통은 국산개발품



● 니플

■ 특 징

1) CNC자동선반 기억장치에 의한 제작으로 자체 개발한 국산제품

2) 수입품에 비해 저렴한 가격

■ 장점

- 1) 작업시 이동이 용이
- 2) 1인 작업이 가능
- 3) 부리절단과 돼지꼬리절단 겸용
- 4) 축적된 경험으로 자체 개발

**저렴한 가격,
고품질
국산품 입니다.**

보령산업개발

주소 : 서울·성동구 성수2가 331-27
전화 : 461-7887 (주·야)