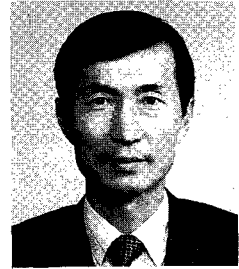


# 양계산물 소비촉진을 위한 마케팅 전략



서형교  
미원마니커(주) 대표이사

**선**진국형 육류인 닭고기의 1인당 소비량이 근래에 와서는 오히려 줄어들고 있는 실정이다. 이는 여러가지 요인이 있겠으나 가장 큰 요인은 소비자의 이목과 관심을 끌 만큼 다양한 제품화가 이루어지지 못했고 가정에서의 요리방법 또한 한정되어 있어 우리의 식단에서 접할 수 있는 기회가 적다는데 있다.

또한 타 육류와 차별화 시킬 수 있는 닭고기만의 특성을 살리지 못했으며 유통구조의 전근대화로 소비자의 필요를 충족시킬 만한 품질의 닭고기가 유통되고 있지 않다.

따라서 양계산물의 소비촉진을 위해서는 우선적으로 소비촉진의 저해 요소를 제거하고 이를 실현하기 위한 제반 여건에 대한 조성을 하여야 한다. 그런 다음에 본격적인 소비 촉진을 위한 마케팅 전략을 수립하여야만 비로소 원하는 목적을 이룰 수 있다.

## I. 제반 여건의 조성

소비촉진의 저해 요인을 제거하기 위한 제반 여건을 조성하기 위해서는 육계 계열화 사업의 체계를 갖추는 것은 삼척동자도 알고 있듯이 자명한 일이고 이에 이의를 제기하는 사람 역시 없을 것이다.

그러나 외형상 계열화의 체계를 갖추었다고 해서 제반 여건을 조성하였다고 보는 사람 또한 이제는 없을 것이다. 진정한 의미의 제반여건 조성은 다음과 같은 구비 요건이 뒤따라야 한다.

### 1. 육종 사업의 전개 및 고유 품종의 보유

소비자 지향적인 닭고기 제품의 개발을 위해



서는 소비자의 취향이 변하는 것에 따라 신속하고 지속적인 자체 품종의 개발이 필요하며 본격적인 WTO체제하에서 우리의 고유 품종을 보유한다는 것은 차별화 전략의 기본이기 때문이다. 즉 가장 한국적인 것이 가장 세계적이라는 사실이다.

## 2. 대규모 종계장 및 부화장의 직영

계약 사육에 필요한 병아리의 원활한 공급을 위해 필요 충분한 종계장 및 부화장의 규모를 갖추어야 하고 현 우리의 실정을 감안할때 직영이 아닌 위탁사육이나 구매 등 계약에 의한 운영은 품질의 균일화나 건강한 병아리의 공급에 차질을 빚을 우려가 있어 직영에 의한 방역 체계 및 사양관리와 공급 물량의 조절 등이 체계적으로 이루어져야 건강한 육계의 생산 기반이 공고하게 된다.

## 3. 청정한 대규모 육계 사육농장 확보

입추전 완벽한 소독과 철저한 사양관리를 기본으로 all in-all out 사육을 하고 출입자 통제 및 철저한 백신관리를 통해 사육중 항생제

사용을 최대한 억제하며 부득이 항생제를 사용할 경우에도 출하 7일 전에는 절대 사용하지 않으므로써 '95. 7. 1부터 시행된 육류중 유해성 잔류물질 검사의 기준을 초과하지 않도록 관리하여야 한다. 또한 1인당 사육규모를 크게 하여 총 사육수수료는 많으나 생산 원가는 절감할 수 있도록 하여야 한다.

## 4. 국제수준의 완전 자동화 및 위생 도계 시설 구비

우리나라도 닭고기가 안정적인 식품으로서 자리잡기 위하여 닭고기의 미생물 수치를 국제 기준치 이내가 되도록 도계 전 공정의 위생관리 및 청정화가 이루어져야 한다. 또한 공정 자동화에 의한 단위 시간당 생산 효율을 극대화 시켜야 하며 도계 불량 제품의 최소화를 통해 원가를 절감시킬 수 있어야 한다.

## 5. 육가공 설비 및 제품 개발 연구진 보유

통닭 위주의 생산 판매에서 다양한 제품으로 생산 판매를 전환하기 위해서는 육가공 설비의 구비와 이를 활용하고 제품을 개발하기 위한 연구진 및 기술진의 보유가 필요하다. 또한 마케팅 측면에서도 소비 패턴에 따른 제품 믹스 (product mix) 전략의 전개가 가능하며 이는 다양한 육가공 제품의 개발로 인한 잔육 처리가 가능하므로써 제조원가 절감에 따른 소비자의 부담을 덜어줄 수 있다.

## 6. 냉장 냉동 설비(비축 기능)의 구비

닭고기의 수급 조절을 하는데 수요 공급으로 만든 한계가 있으며 현실적으로 거의 불가능하다. 따라서 비축이라는 중간 기능이 탄력적으로 운영되어야 수급 조절이 어느 정도 가능하게 된다. 이로 인해 가격을 안정화 시킴으로써 생산자와 소비자 모두 안정적이고 적정한 가격대의 매매에 의한 혜택을 보게 되는 것이다. 그리고 우리나라는 계절별 수요의 차이가 매우 큰 특징을 갖고 있는 바 냉장 냉동 설비의 구비로 이를 극복할 수 있으며 계획적인 년중 생산을 가능하게 한다.

## 7. 전문적 판매 조직의 운영

품질이 좋은 제품과 다양한 제품을 개발하고 제조 원가를 낮추었다고 해도 판매 조직이 없어 판매할 능력이 없거나 판매 유통상들의 주장대로 따라갈 수밖에 없다면 소비자나 생산자 모두에게 피해만 갈뿐 지금까지의 노력은 무위로 돌아갈 수밖에 없다. 따라서 소비자가 좋고 다양한 제품을 직접 선택할 수 있는 적절한 가격대에 구매를 할 수 있도록 전문적 판매 조직의 운영이 필요하다. 또한 판매와 관련된 유통 과정이 신선하고 위생적으로 운영되도록 cold chain이 이루어져야 한다.

## 8. 단계별 전문 인력의 보유 및 통합 관리 능력 구비

육종, 종계, 사육, 도계, 가공, 판매 등 각 단계별 전문 인력의 보유와 이들 각 단계간의 업무 부여 및 조절을 통해 값싸고 좋은 제품은 물론 의사 결정 및 소통의 신속, 원활을 통해

소비자 지향적 제품의 생산을 가능하게 한다. 이것이 바로 계열화 사업의 진정한 경쟁력 우위를 가능하게 한다.

이상과 같이 제반 여건 조성을 마친 다음 이를 토대로 양계 산물 소비 촉진을 위한 마케팅 전략을 전개하게 된다.

## II. 소비 촉진을 위한 마케팅 전략

전략의 기본 중점사항은 닭고기의 미생물 수치를 국제적 기준치 이하로 생산, 유통하여 안전성있는 육류로서 자리를 잡고 닭고기의 항생물질 잔류 검사의 기준을 초과하지 않도록 하여 기본적으로 위생적이고 식품으로서 안정성을 갖춘 다음 고유의 품종인 마니커가 최적의 맛을 내는 용도별 중량을 시험하여 규격화 한다.

이때 제품의 상품화는 필수적이며 이를 계기로 제품에 대한 선택권을 최종 소비자가 갖도록 한다. 이를 기본으로 부분육과 가공육의 제품 개발, 그리고 이러한 종합적인 닭고기 제품의 전문적인 판매를 위한 판매점의 개설과 닭고기 요리의 전문식당의 체인점의 개설을 통해 양계 산물 소비를 확산시키고 소비 시장의 확대를 기한다.

### 1. 단계별 전략 및 단계별 부서의 역할 분담

#### 가 1단계

닭고기의 미생물 수치를 국제 기준치 이내가 되도록 생산하여 위생적이고 선도에 있어 안정적인 닭고기 제품임을 차별화하여 고객에게 닭

고기의 순수한 맛을 심어준다.

**1) 단계별 부서의 역할**

① 종계장: 난계대 질병 특히 살모넬라의 근절을 위한 청정화 작업

② 육계농장: 질병 (살모넬라, 포도상구균, 대장균 등에 의한) 발생 억제를 위한 소독 및 방역 프로그램의 철저한 실행

③ 도계장: 도계전 병계의 철저한 선별 분리, 도계시 위생적 처리와 시설 보완, 냉장 냉동 시설의 보완, 개체 포장기의 증설

**나 2단계**

닭고기의 항생물질 잔류 검사의 기준에 벗어나지 않도록 하여 식품으로서의 안전한 제품임을 고객에게 홍보하여 차별화 한다.

**1) 단계별 부서의 역할**

① 종계장: 난계대 질병으로 인한 수직 감염을 차단하기 위해 종계 육성사부터 검사에 의한 선별 작업과 청정화 작업 실시

② 육계농장: 소독과 백신 프로그램에 의한 항생제를 배제한 사육관리, 수평 감염의 차단을 위한 출입자 및 차량의 철저한 통제와 소독관리

③ 도계장: 도계 직전에 항생물질에 대한 적정검사 실시 및 이상 발견시 정량검사 실시로 철저한 선별 작업

**다 3단계**

마니커가 최적의 풍미를 내는 용도별 중량을 test하여 규격화하고 이에 요리법까지 개발하여 각각을 제품화하고 닭고기의 새로운 영역을 개척한다.

**1) 단계별 부서의 역할**

① 제품 개발 부서: 최적의 풍미를 내는 용도별 중량에 대한 test 실시, 용도별 요리법 개발 및 소스개발, 제품별 포장 개발

② 육계농장: 농장별로 용도별 중량에 맞춘 사육관리

**라 4단계**

신선하고 위생적인 신선육을 기본으로 다양한 육가공 제품을 개발하여 잔류 처리 및 부가 가치를 높임은 물론 보관성을 가짐으로서 수급 조절에 기여를 하며, 소비자의 다양한 욕구를 수용하고 선택의 폭이 넓어지게 됨으로써 소비확대에 기여하게 된다.

**1) 단계별 부서의 역할**

① 제품 개발 부서: 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 가공 제품과 규격을 설정하여 제조하고 제품의 종류 및 규격도 목적에 따라 다양하게 개발한다.

② 판매 및 마케팅 부서: 신선육과 가공육의 판매 루트를 각자 특성에 맞게 설정하고 각 제품에 대한 Brand 및 적절한 용도를 홍보하며 제품에 대한 품질 보증제를 정착시킨다.

**마 5단계**

다양하게 개발 제조된 제품들을 닭고기 전문 식당의 체인점화와 닭고기 제품의 전문 판매점인 판매점을 적극 개설하여 닭고기 제품의 판매 일반화를 이루도록 한다.

이상과 같이 제반 여건을 갖춘은 물론 이를 토대로 펼칠 마케팅 전략으로 선진국형 육류인 닭고기의 다양한 제품이 소비자의 욕구를 충족시키고 나아가 소비 시장의 크나큰 확대로 이어질 것이라는 사실을 믿어 의심치 않는다. 