

돼지고기 유통 문제점과 개선방안

유통구조 측면

보 다 싸고 질 좋은 돼지고기의 공급과 소비를 위한 직거래 활성화를 위한 노력들이 여러 가지 형태로 제기되고 있는 가운데서 일정한 규칙이 없이 이루어지는 현재의 유통에 대한 문제를 제기하고 새로운 방안을 제시한다는 것은 상당히 조심스러울 수 밖에 없다.

정부의 강력한 의지하에 축산물 직거래를 위한 차량이동판매 및 축협, 한냉 등의 매장을 통한 할인판매 등의 노력에도 불구하고 여전히 소비가 부진한 상황에서 단순히 직거래의 활성화가 해결책으로 제시되어서는 안될 것이지만 복잡다단한 유통구조를 개선해 소비 확대와 생산자에게는 적절한 가격을 보상하고 소비자에게는 값싼 상품을 공급한다는 직거래사업의 근본 취지는 존중되어야 할 것이다.

물론 차량이동 판매가 옳고 그름을 따지는 논쟁이 여러차례에 걸쳐 있어왔고, 축산기업조합과 같은 직접적인 이해가 결

린 단체들의 실행사를 통한 적극적인 반대에 부딪히기도 했다. 이전까지 없었던 새로운 형태의 판매행위를 급작스럽게 시행한 당연한 귀결일 것이다. 이는 축산물 직거래에 대한 각 이해당사자간의 상호 이해와 경제적 여건 즉 대량거래와 가격조건, 소비자활동의 적극성, 정부의 책임성이라는 전제를 충족시키지 못했기 때문으로 생각되어 진다. 특히 최근들어 급속히 팽창하고 있는 소비자의 활동은 직거래의 필요성을 더욱 부추기고 있어서 직거래의 활성화는 점차 이루어질 수 밖에 없을 것이다.

엄격한 표준규격이 없이 소비자의 기호에 따른 여러 가지 맞춤형태의 제품이라는 축산물의 상품적 특성은 각기 취향이 다른 소비자들에게 직거래 할 수 있는 여건을 제공하고 있다. 현재 행해지는 유통행위 중 직거래 행위는 생산자와 소비자간의 거래, 생산자 단체와 소비자



최 동 수 팀장
제일제당(주) 식품본부 육가공 업무팀

단체간의 거래, 물류센타나 집배센타를 통한 직거래, 각종 행사를 통한 직거래 등 다양한 형태를 띠고 있다.

이러저러한 직거래 유통이 추구하는 바는 생산자에게서 소비자에게 이르기까지 유통단계를 축소하고 경비를 절약해 보다 값싼 상품을 공급하고자 하는 행위일 것이다.

돼지고기 유통구조의 단순화와 직거래 활성화의 출발점은 우선 소비자의 욕구를 파악하고 있는가에서 출발해야 한다. 즉 유통구조의 단순화가 소비자들에게 보다 값싸고 신선한 상품을 공급하기 위한 구조개선이어야 한다는 것이다.

현행 돼지고기 유통의 문제점을 살펴보자. 먼저 현재 생산자에서 수집상을 거쳐 도축되어진 돼지가 도매시장에서 경매되어지고 중매상을 통해 유통상을 거쳐 소매상에 이르기까지 수차례에 걸친 유통과정에서 각 단계의 유통상이 각자의 마진을 챙기면서 갖가지 불필요한 유통경비가 발생되고 이를 소비자에게 고스란히 전가시키고 있는

데 이는 가격의 결정이 유통상들에 의해서 이루어지고 있기 때문이다.

한 예로 올 상반기 소비 침체로 각 업체들은 돼지갈비를 수십톤에서 수백톤씩 보유하게 되면서 이를 경쟁적으로 방출했고, 돼지갈비 값이 1kg에 2천원이라는 기록적인 가격하락이 있었음에도 불구하고 식당 및 정육점에서 판매된 가격은 거



▲유통업자의 입장에서는 유통을 위해 소요되는 경비를 인정해야 한다고 나름대로의 이유를 말할 수 있겠으나, 그렇기에 더욱 유통과정을 축소해야 할 필요가 있는 것 아닐까?

의 변함이 없었다가, 최근에 와서야 다소 반영이 되고 있는 듯하다. 대형 유통상, 중소 유통상 등이 각자의 마진을 챙기고 넘겨주다보니 발생될 수 밖에 없는 당연한 귀결이다.

물론 유통업자의 입장에서는 유통을 위해 소요되는 경비를 인정해야 한다고 나름대로의

이유를 말할 수 있겠으나, 그렇기에 더욱 유통과정을 축소해야 할 필요가 있는 것 아닐까?

유통구조의 개선은 어떤 형태를 띠는 것이 바람직한 것인가에는 아직 표준으로 인정할 수 있는 성공모델이 없어 다소 논의의 어려움이 있겠으나, 최근의 육류시장의 변화되는 경향에서 활로를 찾을 수 있을 듯하다.

중소육가공업체들은 최근들어 각 가공장들이 위치한 지역을 중심으로 나름대로의 브랜드를 갖고 이를 알리면서 지역시장 공략에 나서고 있다. 이는 냉장육 시장의 확대와 이에대한 소비자의 상승된 욕구를 반영한 것으로 돼지고기의 선도를 확보하면서도 물류비용을 절감할 수 있어 생산

자에게는 안정된 시장을 확보할 수 있고 소비자에게는 보다 값싸고 신선한 돼지고기를 맛볼 기회를 제공한다.

이러한 장점을 가진 직영매장을 통한 생산자와 소비자가 직접 만나는 판매는 최근 변화경향의 주류를 형성하고 있으며 꾸준히 확대되고 있다. 하지

만 생산규모가 하루 삼사백두 규모인 중소가공업체에 서나 가능한 형태이다. 전국적인 유통망을 통한 직거래를 하기에는 여러 가지 여건이 부족한 듯 하다.

이는 축협, 한냉과 같은 전국적인 유통망과 직매장을 가진 공기업들을 통해 보완되어질

수 있을 것이다. 전국 직영매장 체제와 생산자의 지역 직영매장이 특정지역에서 맞부닥칠 우려가 있으나 결국 선택은 소비자의 몫으로 남겨두어야 할 것이다.

직거래의 활성화를 직거래라는 형식을 실행하는데에 만족해서는 안되며 소비자가 믿을 수 있는 제품을 생산, 보관, 판매하기 위한 것으로 실질적인 이익이 생산자와 소비자 모두에게 돌아가기 위한 것이어야 한다.

현재의 유통관행상 드러내길 꺼려하는 업자들의 거래방식을 소비자 단체, 소비자 및 정부가 유통과정에 대한 감시기능을 수행해 거래의 투명화를 이끌어내야 한다.

직거래를 한다면 당연히 싸게 살 수 있을 것이라는 기대가



▲최근들어 각 가공장들이 위치한 지역을 중심으로 나름대로의 브랜드를 갖고 이를 알리면서 지역시장 공략에 나서고 있다.(사진의 특정사표와 무관)

쉽게 깨진 경험을 가진 소비자 들이 많았는데 판매가격의 결정 또한 생산자와 소비자 이익이 돌아가는 선에서 결정될 수 있도록 도매시장 경락가보다는 비싸게, 소매가 보다는 싸게 라고 하는 기준을 마련해야 할 것이다. 적정한 가격조건의 마련은 현재와 같은 소비침체에 소비자의 움추린 구매심리를 일으킬 수 있는 중요한 수단이 될 수 있을 것이다.

돼지고기 유통경향은 이미 직거래를 위한 조건을 과거에 비해 훨씬 나은 형태로 조금씩 갖춰가고 있다. 이를 조직적이고 체계적인 유통구조로 묶는데는 더 많은 시간이 필요할 듯 하다.

결국 소비자 활동의 꾸준한 성장과 대량거래를 통한 유통경비의 절감, 가격조건의 개선

등 생산자와 소비자간의 상호교류 활동이 지속적인 직거래 활성화를 가져올 조건을 제공하리라 생각된다.

이런 관점에서 생산자, 소비자, 유통업체간의 상호만족을 위해서는 생산자=유통업체라는 등식이 성립되어야만 한다.

기존의 유통업체가 누려왔던 마진폭이 생산자와 소비자에게 전이되는 것과 유통업체의 일련의 무자료 거래가 근절되면 자연스러운 직거래 형태가 생겨날 것이다.

정부 주도의 직거래가 기존 생업을 유지한 정육점에 심각한 타격을 주게된다면 이 또한 바람직한 것이라고 볼 수 없다.

대형가공업자의 생산비가 기존 소형가공업체보다 높고 직매장 운영시의 비용 등을 감안할 때 실지로 소비자에게 이익을 주는 것이라고 누가 감히 이야기 할 수 있을까.

수입자유화, 가공업체의 피눈물나는 원가절감 노력과 이익확대, 소비자들의 선택, 이 모든 것이 자연스럽게 직거래 유통으로 전환시키게 될 것이다. **養豚**