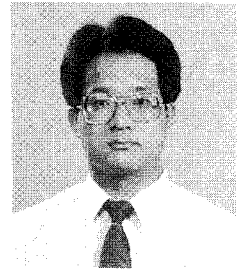


생산기반 강화를 기초로 위생적이고 신선한 닭고기 생산에 주력을...

1. 경쟁력이란?

우리나라의 양계업은 영세 농가가 몇 마리씩 닭을 키우던 부업적인 상태에서 벗어나 이제는 산업으로 자리를 잡았다. 양계산업은 규모화, 시설의 현대화를 통해 생산성이나, 규모 면에서 농업 중 타 산업에 비해 경쟁력이 있다고 하지만 아직까지는 생산·유통 등의 과정에서 많은 개선 과제를 안고 있다.

경쟁력이란 무엇인가? 경쟁이라는 말은 경쟁의 주체가 있고 그 상대가 있다는 것을 의미한다. 그 주체와 상대가 농가와 농가라면 농가간 경쟁일 것이고, 산지와 산지라면 산지간 경쟁이 될 것이며, 지역과 지역이라면 지역간 경쟁이다. 그리고 문화와 역사, 제도·정책적 기반이 다른 국가간 문제라면 국제경쟁이라 한다. 수출국 입장에서는 수출경쟁력을 강화하려 하고, 수입국의 입장에서는 수입품에 대응하기 위해서 가격경쟁력이나 품질경쟁력을 강화하려 한다. 다시 말하면, 우리나라 양계산업의 국제경쟁력이라는 말은, 그 경쟁의 장소가 우리나라라면 수입국의 입장에서 수입 양계산물에 대응하는 가격경쟁력과 품질경쟁력을 제고하여야 할 것이지만, 반대로 경쟁의 장소가 다른 나라라고 한다면 수출국의 입장이 되어, 가격경쟁력 뿐만 아니라 위생적 처리라든가 포장의 형태라든가 마케팅 방식 등 그 나라의 소비

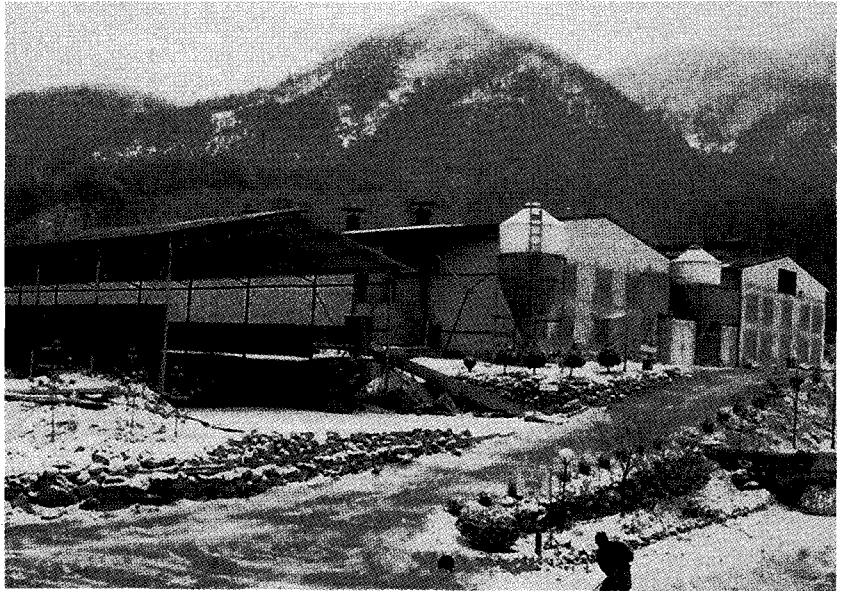


허 덕

(한국농촌경제연구원 부연구위원)

자가 요구하는 품질의 양계산물로써 경쟁력을 갖추어야 할 것이다.

양계산업을 둘러싼 여건은 더욱 어렵게 변화하고 있고, 양계산업이 산업으로서 입지를 강화하고 발전해 나가기 위해서는 산업 내부의 구조조정이 필요하다. 즉, 생산·유통 나아가서는 수출에서의 농가별, 산업별 경쟁력을 강화해 나가야 한다.



2. 경쟁력을 어떻게 강화할 것인가?

경쟁력 강화의 가장 중요한 수단은 산업의 구조를 조정하는 것이다. 양계산업에서도 일반 산업과 같이 구조는 크게 산업차원에서 보거나 경영차원에서 볼 수 있다. 구조를 내려다 보는 주체가 국민 또는 정부일 경우 산업차원에서 보는 경우가 많으며, 농가(경영) 또는 개인일 경우 경영차원에서 구조를 보는 경우가 많다.

경영차원과 산업차원을 뚜렷하게 구분할 수는 없지만, 흔히 산업차원에서는 생산측면, 유통측면, 수급측면에서 구조를 파악하며, 경영차원에서는 경영측면, 자원측면, 기술측면에서 구조를 파악한다. 경영구조는 다시 경영규모, 경영조직, 경영형태, 노동력 보유, 토지보유정도 등 다양한 측면에서 세분화하여 보기도 한다.

생산구조를 파악할 때는 생산물 또는 생산액에 대한 투입의 비율이 효율성 지표로 이용된다. 유통구조를 파악할 때는 유통의 효율성 또는 유통마진을 주로 지표로 이용된다. 산업조직론에서는 시장구조라는 용어를 사용하면서 그 시장이 독점시장이나 과점시장이나 혹은 경쟁시장이나 혹은 그 중간적 성격이냐를 따진다. 수급구조를 파악할 때는 국내산 공급과 수입에 의한 공급의 비율, 그리고 재고의 정도가 지표로 사용된다.

산업차원에서의 경쟁력은 그 산업을 구성하는 생산자들과 유통업자 등 관련 구성원들의 경쟁력의 총화로서 경쟁력을 의미하기 때문에, 각 구성원들이 제각기 경쟁력을 갖추어야 함은 물론이려니와 산업을 구성하는 각 부문간의 유기적인 관계 또한 중요하다. 즉, 생산을 아무리 잘한다 하더라도 유통부문에서 경쟁력이 뒤쳐진다면, 전체적인 산업의 경쟁력은 낮아지게 되는 것이다. 그렇지만, 이 글에

서는 일단 생산부문을 중심으로 하여 보기로 한다.

3. 양계산업의 경쟁력

양계산업은 그동안 전업농 육성, 규모화 추진 등으로 국제 경쟁력 제고 및 생산성 향상을 도모하여 왔고, 도계장 및 계육가공공장의 시설 현대화를 추진하여 왔다. 그 일환으로 양계산물의 브랜드화로 소비지시장에서 차별화를 시도하여 왔다. 그러나 생산측면에서는 아직 종계의 생산성이 낮아 병아리값이 차지하는 생산비의 비중이 높고, 선진국에 비하여 생산기반이 취약한 실정이다.

닭고기는 1.5kg에서 조기 출하함에 따라 사료효율이 낮게 나오는 등 생산성이 선진국에 비하여 낮은 상태이며, 유통과 소비측면에서는 도매시장이 없어 가격결정이 공정하지 못하며, 도계시설이 아직 영세한 실정이다. 그리고 계란집하장의 유통체계가 정착되지 못하여 가동율이 낮으며, 냉장육 및 포장 유통체계가 확립되어 있지 못해, 그 소비기반이 지속적이고 안정되어 있지 않다.

닭고기는 1997년 7월 1일 수입이 완전 자유화되었다. 수입실적은 1998년 11,728톤, 1999년 45,975톤, 2000년 66,334톤으로 매년 증가하고 있다. 수입국은 미국이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 태국, 중국과 프랑스, 덴마크로부터도 일부 수입되고 있다.

수입국과 가격을 비교하면 국내산가격이 날개살을 기준으로 미국산 대비 173%, 태국산 대비 148%정도 높은 수준이다. 그러나 냉장다리육 부분은 일본산에 비하여 가격경쟁력이

있어 수출 여지는 있다. 이에 따라 우리나라에서도 대일본 수출을 위한 다각적인 방안이 검토되고 있다.

최근에 수출업체를 중심으로 닭고기 수출위원회를 구성하여 실질적인 수출확대 기능을 수행하고 있고, 정부에서도 수출시장 개척 비용의 일부와 수출관련 포장재비와 운송비의 일부를 지원하고 있다. 계열업체와 연계하여 수출용닭고기 생산농가를 육성하고 수출규격 닭 생산농가에 대하여 경영자금의 일부를 지원하고 있다. 최근 가축질병에 대하여 세계적으로 관심이 증가하고 있어 식품의 안정성이 매우 중요시되고 있다. 따라서 위생적이고 신선한 닭고기 생산은 수출경쟁력을 제고시키는 중요한 수단이 될 수 있다고 본다.

4. 양계경영의 발전 방향에 관한 시나리오

이제까지 양계산업의 구조 재편은 규모의 확대라고 하는 일방적인 논리에 의해 진행되어 왔다. 그러나, 양계농가가 한꺼번에 규모를 크게 확대할 수 있는 것도 아니며, 현실적으로 계열화 주체와의 계약에 의해 규모를 유지 내지는 축소하고 있는 농가들을 많이 볼 수 있다.

농가의 입장에서 현실적인 각종 제약으로 인해 규모 확대라고 하는 일방적인 논리가 통용되기 어렵다면, 규모의 축소 내지는 유지 방향도 동시에 고려할 필요가 있다. 즉, 다음 그림1과 같은 시나리오를 구성할 수 있다.

이야기를 간단히 하기 위해 생산비가 높은 소규모의 농가를 상정하여, 이 농가가 경쟁력을 갖추기 위해 규모를 축소(소규모경영)하더라도 생산비를 낮추어 나가는 발전방향과 규

모를 유지(중규모경영)하면서 생산비를 낮추어 가는 발전방향 그리고 규모를 확대하면서 생산비를 낮추어 가는 발전방향을 동시에 고려하면서, 각 발전 방향의 유형에서 요구되는 전략이 어떤 것들이 있는지에 대해 살펴보고자 한다.

그림에서, 영세농가가 대부분을 차지하고 극히 높은 수준의 생산비인 현재의 상태를 그림 중의 (A)점이라 하고, 이 점을 기준으로 하여 생산비 절감의 방향을 검토한다.

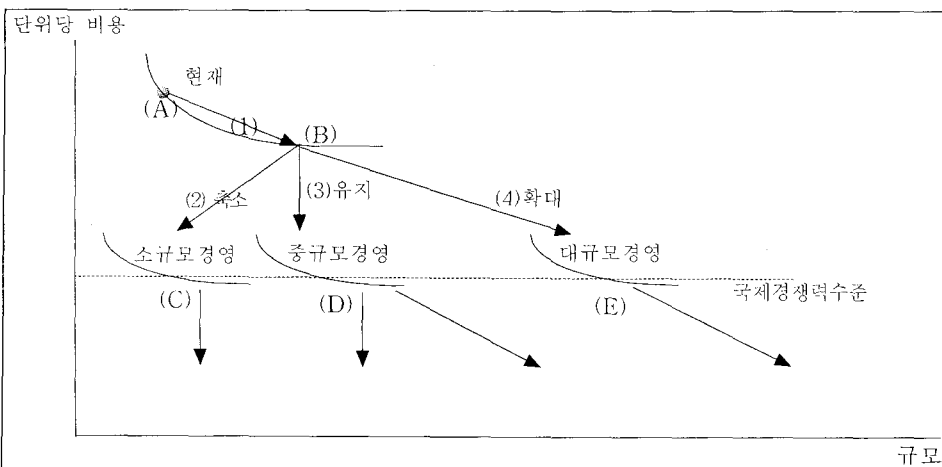
현재 추진되고 있는 구조재편의 방향은 (A) 점으로부터 (1)의 방향을 통해 (4)의 방향으로 나아가는 것이다. 이 때, (A) 점에서 (1)의 방향으로 나아가는 것은, 현재 농가가 가지고 있는 시설, 기술수준을 충분히 이용하여 생산에 소요되는 단위당(예를 들면, 한 마리당) 비용을 낮추어 가는 방법이다. 이러한 방법을 조업도의 개선이라 한다.

(2)의 방향인 경우 생산비수준은 (D)나 (E)와 같지만 비용이 최저 수준에 가깝게 도달하는 규모 수준이 크게 다르다. 이 발전방향은

규모확대의 제약이 큰 경우에 의미가 크다. 예를 들면, 규모확대를 위한 자금의 제약이 큰 영세규모 경영이나 복합경영, 고용노동력을 구하기 힘들거나, 분노처리상의 제약 때문에 규모확대에 커다란 제약을 가지고 있는 경영이나 지역을 상징할 수 있을 것이다. (3)의 방향은 비용절감을 지향하고 있다는 점에서 공통되지만, 최저 비용수준에 가깝게 도달하는 규모 수준이 현 수준과 크게 다를 바 없다는 점이 다르다. 이는 (2)의 방향에서와 같은 조건을 가지고 있는 경영이나 지역에서 그 가능성이 있다. (4)의 방향은 이제까지 줄곧 추구해 왔던 규모확대의 방향이므로 더 이상의 설명을 필요로 하지 않는다.

이처럼 이러한 세 가지 방향의 타당성과 가능성은 경영의 기술적·경영적 특성, 지역의 실정, 경영의 발전전략의 내용과 깊이 관련된다.

5. 경영유형별 국제경쟁력 확보를 위한 효율화 전략



〈그림1〉 양계경영의 발전방향 시나리오

다음으로 그림에서 제시한 각각의 방향(규모축소·유지·확대의 방향)으로 전환하기 위한 효율화 전략을 찾아본다.

규모의 경제가 전제되어

있는 지금까지의 구조재편 방향은, 기계적(Mechanical) 기술혁신(M기술혁신) 또는 생화학적(Bio-Chemical) 기술혁신(BC기술혁신) 및 조직화의 중요성을 강조해 왔다.

그러나, 최근 빈번히 논의되고 있는 차별화 상품 생산이나 외부의존의 필요성 등은 경영 규모 확대라고 하는 방향과는 다른 성격을 지니고 있다.

즉, 규모확대의 제한, 수입육과의 가격경쟁에서의 불리성 때문에, 경쟁의 방향을 전환하고자 하는 전략의 하나가 차별화상품 생산이고, 경영내부로부터의 규모확대의 제약을 뛰어 넘고자 하는 방안을 외부에서 찾는 전략의 하나가 외부의존인 것이다. 예를 들면, 기존에 직접 운영하던 종계장을 다른 업체 등과 계약하여 조달받고 자신은 육계 육성에만 전념한다든지, 자신이 직접 경영하던 것을 계열주체와의 계약에 의해 계약사육으로 변경하는 등 기존 자신의 일 일부분을 외부에 의존하는 것

이다.

이상을 포함한 경영규모의 축소·유지·확대의 방향에 따라, 기존의 연구 성과들을 종합하여 경영의 발전을 위한 효과적인 전략을 모델적으로 정리한 것이 표1이다.

6. 결론

우리나라 양계산업의 국제경쟁력 제고를 위해서는 먼저, 양계산물의 생산비를 낮추고 품질을 개선하여야 한다. 예를 들면, 병아리값이 차지하는 생산비의 비중이 높아 종계의 생산성을 높여야 하는 등 생산기반을 강화하여야 할 것이다. 유통과 소비측면에서도 도매시장을 만들어 가격결정이 공정하게 이루어질 수 있도록 하여야 할 것이며, 위생적인 도계시설도 갖추어야 한다. 현재 추진 중에 있는 HACCP 제도도 도계장 뿐만 아니라 생산농장을 비롯하여 소매점에 이르기까지 적용될 수 있도록 하여야 할 것이다.

닭고기 냉장육 및 포장 유통체계의 확립으로 소비기반 확충을 위한 노력 또한 필요하다. 산란계부문에서는 계란집하장의 유통체계를 정착시키려는 노력이 요구된다.

이러한 산적한 문제를 하루라도 빨리 해결하려는 노력이 없이는, 개방화의 물결에서 우리나라 양계산업이 살아남기는 매우 어렵다. 양계농가는 물론이고 유통인, 사료업계, 동약업계, 관계 공무원 등 관련자 모두의 합심된 노력이 어느 때보다도 강조되는 시기이다. **양계**

표1. 양계경영의 발전전략(모델)

규모변경방향	경영의 발전전략
경영규모축소	차별화 상품 외부의존(전문경영화, 서비스공급, 계열화 등)
경영규모유지	M기술혁신(신기계·시설 도입:자동화, 시스템화 등) 단위당 수량(단수)개선 차별화 상품 생산 집단지화·단지화, 산지화, 수직적·수평적 통합 외부의존(전문경영화, 서비스공급, 계열화, 수직적통합) 복합화 제3섹터의 이용(병아리/종계 육성센터 등) 사육시설의 충분한 이용(조업도 개선)
경영규모확대	M기술혁신(신기계·시설 도입: 자동화, 시스템화 등) BC기술혁신(종계개량, 사료배합을 변경 등) 사육규모의 확대(조업도 개선 및 시설의 확대) 농장의 원격지 이동