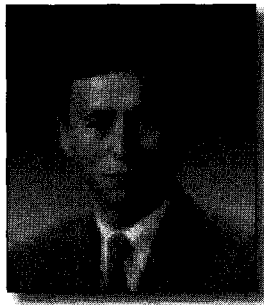


# 우수농장 경영사례



유정석  
〈금성사슴컨설팅 대표〉

사슴을 기르는 농장주마다 녹용, 녹혈, 녹종탕, 녹육(사슴고기), 녹용주, 녹용차 등 사슴산물 마케팅 전략은 다를 수 있다. 농장 실정에 맞게 소득을 올릴 수 있는 효율적인 마케팅 전략을 구사하는 것은 농장주의 몫이지만 제 3자로부터 벤치마킹하여 자기 것으로 만드는 것도 필요하다. 사슴을 기르는 행위는 결국 소득을 올리는데 목적이 있는 만큼 10여년간 겪은 경험을 토대로 설명하고자 한다.

## 1. 소비자를 겨냥한 차별화 전략

세계화 국제화의 시대는 곧 치열한 경

쟁을 의미하기도 한다. 또 경쟁력에서 우위를 차지하기 위해서는 소비자의 마음을 움직여야 하는 것이 핵심이다. 문제는 이러한 소비자의 욕구를 충족하기 위해서는 첫째 양질의 제품 생산과 둘째 대소비자 서비스로 판단된다.

### 가. 소비자를 겨냥한 서비스 전략

- 소비자의 잠재기억속에 먼저 자리잡자.
- 토종닭을 키워 녹용, 액기스 판매시 선물로 활용한다.
- 녹용을 짜고 남은 찌꺼기는 말려서 조그만 봉지에 담아 화분용 거름으로 선물한다.
- 농장에서 묘목을 키워 묘목용 화분

에 담아 선물한다.

- 녹용을 일정량 이상 구입시 한약과 다려주는 비용을 무료로 서비스한다.
- 농장주위에 더덕을 심어 더덕주를 만들어 선물한다.(매실, 산수유 등)
- 회원제 운영, 녹혈 시음권을 발행한다.
- 사슴육회, 사슴불고기, 사슴사골탕을 농장방문 고객에게 대접한다.

#### 나. 사슴농장의 브랜드화와 차별화

- 브랜드는 곧 경쟁력의 근원.
- 약초의 연중급여에 의한 고유 브랜드 창출과 타농장과 차별화 시도.
- 사슴농장 경영인의 장점을 살린 사슴농장 마케팅화.
- 시대적 흐름에 따른 사슴산물의 브랜드화.

#### 다. 신고객 창출보다는 한명의 기존 고객을 감동시켜라.

- 한명의 기존고객이 10명의 고객을 끌고 온다.
- 단골고객이 매출의 80%를 좌우한다.
- 관심부족으로 인한 고객상실(68%)
- 신규고객유치는 단골고객보다 5배의 비용이 투자된다.
- 고객 한사람을 250명 보듯하라.

#### 라. 마케팅의 생활화.

- 사슴산물 판매는 일상생활 속에서 하라.(세일즈맨)
- 후발주자는 새로운 영역에서 선도자가 되라.
- 사슴산업에 대한 부정적 인식을 바

꾸자.

#### 마. 매출액의 일부는 광고비로 투자하라.

- 외부광고 : 소비자를 대상으로 한 사슴산물 판매.
- 내부광고 : 양육인을 대상으로 한 사슴분양 및 녹용, 기타 기자재 판매.
- 기본요소 : 은행을 활용하라. 여건이 좋지 않아 자금이 부족해 불가능하다고 생각하지 말고 어느 정도의 기초투자, 설비투자, 환경조성에 대한 꼼꼼한 설계와 또 나아가서는 예상 매출액 등을 산정한 후 저금리의 은행대출을 활용하라.

## 2 성공경영을 위한 모델

### 가. 성공경영을 위한 모델 ①

〈모델 ①〉 농장은 2,000평의 부지 위에 사슴장 시설 1,500평 규모로 중탕기를 설치하고 엘크와 꽃사슴 등 약 100두를 사육하고 있으며 자록분양, 녹용 판매, 녹혈 판매, 절각 대행 등으로 연간 1억5천만원의 순수익을 올리고 있음. 특히 꽃사슴 도축 전문 고객들의 빈번한 왕래(연간 1,000명~1,500명)로 더 많은 녹용 판매가 가능하고 다두사육, 다두 도축에 따른 원가 절감 효과가 크며 일체의 외부 인력에 의존하지 않고 가족공동체 사업으로 푹푹 뭉쳐 일사불란하게 이루어 지므로 대 고객 서비스의 향상으로 기존 고객들의 고정 고객화가 가능하며 거기에 따른 파급효과로 인한 고객확보로 기업화의 기능성도 배제할 수 없다.

<모델 ①>

투 입	내 용	산 출근 거
꽃사슴 암컷 어미 1두, 1인당 회비 100,000만원×10명 의 고객 ----- 1,000,000원 * IMF 이전에도 150,000 받음	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 사슴 도축후 녹혈, 육회 기타 부산물 시식후 간단한 식사</li> <li>· 중탕기 3대 10만원+포장비, 가스비 4만원+택배비 2만원+식사 부대비용 5만원=21만원</li> <li>· 고객 앞에서 직접 엑기스 제조, 4~5일 후 1인당 엑기스 30~32봉지씩 택배</li> <li>· 약 다리는데 12시간 소요</li> <li>· 인력 2명</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 총수입 100만원-사슴값(40만원)-비용(21만원)=39만원 순수익</li> <li>· 호경기</li> <li>150두×39만원=5850만원(연간 순수익)</li> <li>· 98년도</li> <li>100두×39만원=3900만원(연간 순수익)</li> </ul>

나. 성공경영을 위한 모델 ②

<모델 ②> 농장은 전문 꽃사슴 사육 농장으로 1,000평의 사슴장 시설에 총 130두의 사슴을 사육하고 있으며 자체 생산한 수컷 자육을 위탁 관리하는 방법으로 자체적으로 녹용, 녹혈, 엑기스를

판매해서 연간 7,000만원의 순수익을 올리고 있음. 80명의 위탁 관리 고객과의 여러 가지 인연으로 사슴에 관련된 주·부산물물의 판매가 다른 농장에 비해 유리한 조건임.

<모델 ②>

투 입	내 용	산 출근 거
94년 20두 위탁관리 시작 95년 15두 위탁관리 시작 96년 15두 위탁관리 시작 97년 15두 위탁관리 시작 98년 15두 위탁관리 시작	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 연간 사육비로 55만원 수입</li> <li>· 자체 사육한 꽃사슴 수컷 자육을 고객에게 25~39만원의 가격으로 팔고 그 사슴을 위탁관리</li> <li>· 사육비는 나이나 먹는 양과 관계없이 똑같음</li> <li>· 평균 사육비 연간 30만원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 총 위탁 관리 80두×25만원(연간 위탁사육비 55만원-실제 사육비 30만원)=2000만원 순수익</li> </ul>

**다. 성공경영을 위한 모델 ③**

〈모델 ③〉 농장은 IMF 시대에 대부분의 농장에 비해 상당히 높은 가격으로 모든 주·부산물을 판매하면서도 주위 환경과 농장 분위기가 좋고 방목 형태로 소비자의 기호에 가장 높게 접근할 수 있는 부

분이 강점으로, 1회 단체 손님 유치로 엄청난 부가가치 창출이 가능한 것이 특징이다. 더욱이 차량 제공, 사슴불고기로 증식 제공 등 타 농장이 따라 갈 수 없는 파격적인 서비스로 사슴농장의 기업화의 모델이 가능한 농장경영 형태이다.

〈모델 ③〉

투 입	내 용	산 출 근 거
15명 이상의 단체·계모임 차량 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>·모임이나 단체 등을 유치해서 차량을 제공하고 농장을 견학시키고 점심을 제공(사슴 불고기)한 후 농장 사업 설명 후 녹용과 엑기스 판매</li> <li>·상대 5냥(20만원), 중하대(16만원)</li> <li>-엑기스+녹용 4냥으로 50팩 320,000</li> <li>-엑기스+녹용 5냥으로 50팩 360,000</li> <li>-엑기스 50팩 250,000</li> <li>·엑기스는 택배로 4~5일 내에 도착시킴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 차량 사용비용(25만원)+증식제공(20만원) = 45만원의 비용으로 평균 매출액 300만원</li> <li>· 매출액 대비 순수익 250만원)</li> <li>· 300만원-50만원(엑기스 및 기타비용) = 250만원 순수익</li> </ul>

**라. 성공경영을 위한 모델 ④**

〈모델 ④〉 농장은 꽃사슴 1년생 1마리로 순이익이 가능한 경우다. 다양한 메뉴의 사슴요리 공급으로 고객에게 특별

한 날로 기억되는 추억을 만들어 주면서 엑기스까지 제공하므로서 훗날 다시 찾는 기회가 된다. 다른 고객을 확보하는 고객 창출 효과가 가능한 경우다.

〈모델 ④〉

투 입	내 용	산 출 근 거
1년생 꽃사슴	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 점심 육계장, 저녁 사슴불고기</li> <li>아침 사슴 전골, 점심 육회(익일 점심)</li> <li>야식 : 간(인삼가루, 빵가루)튀김, 사슴고기 파전, 수육, 튀김 제공</li> <li>· 80g×300팩(50개들이 6박스)엑기스 제공</li> <li>· 1박2일 IMF형 가격 120만원</li> <li>· 절각철 가격 200만원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*IMF형 가격 120만원</li> <li>사슴가격 40만원+엑기스 제조비용 20만원+식대 및 주대 15만원 = 75만원</li> <li>*120만원-75만원 = 45만원 순수익</li> <li>*절각철 가격 200만원</li> <li>사슴가격 40만원+엑기스 제조비용 20만원+식대 및 주대 15만원 = 75만원</li> <li>*200만원-75만원 = 순수익 125만원</li> </ul>

**마. 성공경영을 위한 모델 ⑤**

50만원의 회비를 납부하면 5년 동안 매년 녹혈 1컵(200cc)+녹용 중하대 5냥을 공급하고 5년후 원금을 반환하는 제도로 고객이 농장을 신뢰할 수 있는 것이 전제되면 많은 회원을 확보할 수 있으며 재원확보가 용이해서 농장확대에 상당히 유리하고 손님의 유치효과가 크다고 할 수 있다.

단, 만기 도래 시점에서 일시에 많은 금액을 상환해야 한다면 어려움이 있을 수 있겠지만 5년 동안 고객 관리에 만전을 기한다면 5년 후 재계약 내지는 금액에 맞는 녹용 또는 엑기스 판매로 대체가 가능하다고 하겠다.

**바. 성공경영을 위한 모델 ⑥**

- 연중 녹혈 4회+사슴고기 시식=12만원

절각철에는 녹혈을 2회 공급하고 나머지 2회는 가을 겨울에 사슴 도축시 제공하면서 사슴고기 시식도 가능한 경우다. 녹혈을 10만원 이상씩 받는 경우와는 여러 가지로 문제점이 도출되지만 녹혈을 5만원에 공급하는 농장에서는 참고할만한 회원제다. 200명의 회원을 확보한다면 2,400만원의 순수익이 가능하면서 연인원 800명이 농장을 찾기 때문에 녹용 및 엑기스의 판매가 상대적으로 중대해서 농장경영의 활로를 찾는 방법도 될 수 있다고 하겠다. **한국양육**

〈다음호에 계속〉

# 마취기구 공급안내

회원 여러분의 편의를 제공하기 위해  
본회에서 마취기구를 공급중입니다.  
많은 애용 바랍니다.

- 취급 품목   • 마취기구 세트   • 주사기   • 바늘
- 품 목 업 체   • 녹산상사   • 현대상사

신청전화 : 02)969-6600