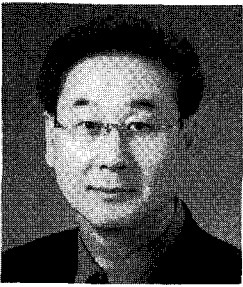




동물용 의약품의 올바른 사용에 초점을...



강 안 종
(주)GOC 컨설팅 대표

계란을 우리는 흔히 신이 주신 완전한 식품이라고 표현한다. 그러나 이런 얘기가 무색할 정도로 계란 소비가 증가하기는커녕 침체되는 이유는 무엇일까?

요즘 양계인 특히 계란을 생산하는 산란계 농장을 경영하는 분들은 마치 새벽이 올 것같이 많은 캄캄한 밤과 같은 심정일 것이다.

여기에는 단순히 산란업계의 문제뿐이 아니라 이와 관련된 여러 가지 주변환경도 일조를 하고 있지만 가장 중요한 것은 역시 산란업계가 안고 있는 문제가 아닐까 사료된다.

그러면 계란 소비침체의 원인이 무엇인지 알아보고 이를 극복할 수 있는 대안은 무엇인지 알아볼까 한다.

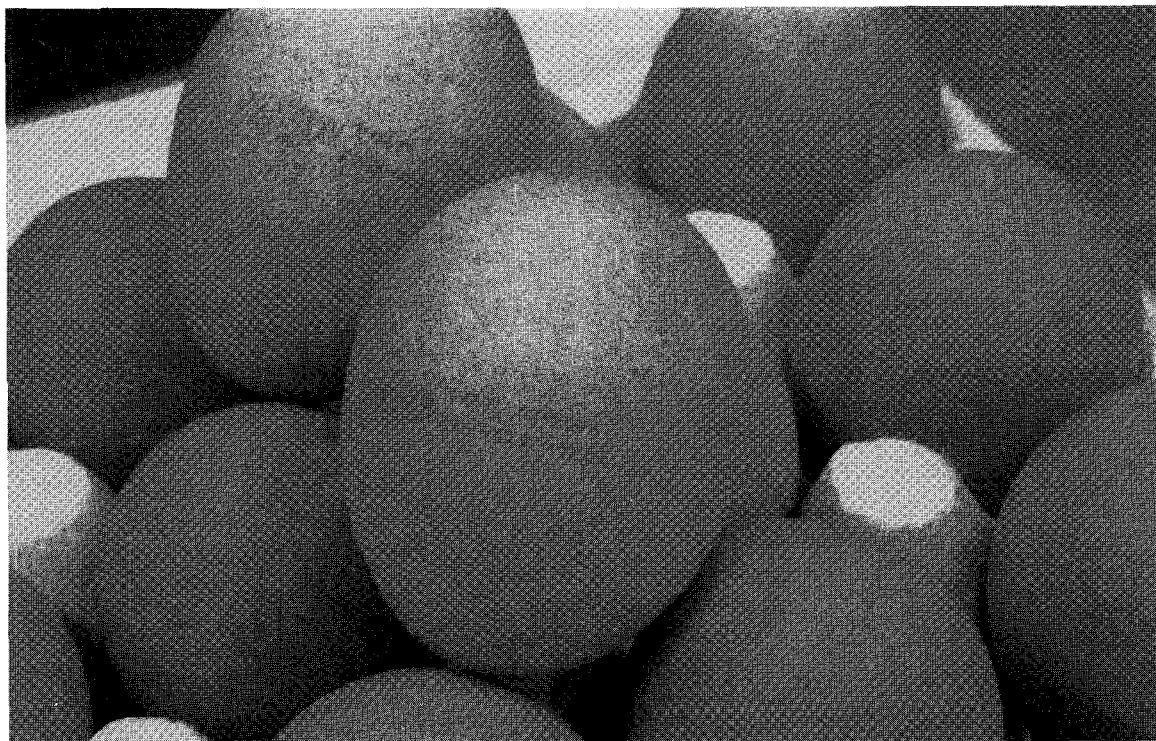
계란 소비의 침체원인을 유형에 따라 왜곡된 정보에 의한 소비 위축과 산란계 농장의 내적인 요인 및 유통상의 요인 그리고 소비자 관점 등으로 분류해서 알아보도록 하자.

1. 소비침체 원인

1) 왜곡된 정보에 의한 소비 위축

계란의 소비를 위축시키는 가장 큰 왜곡된 정보 중의 하나가 성인병을 유발할 수 있는 콜레스테롤이 많이 함유되어 있다는 것이다.

이 때문에 소비자가 계란 구입을 망설이게 되는 것이다. 또 다른 하나는 요즘 어린아이들에게 발생되고 있는 아토피성 피부염의 주 원인 식품으로 계란을 지목하고 있다는 것이다.



2) 산란계 농장의 내적인 요인

산란계 농장의 대형화 추세는 어제 오늘의 일은 아니다. 이런 배경에는 날로 상승하는 인건비의 부담과 농장에 근무하는 것을 꺼리는 관리인의 태부족으로 인해 불가피한 것으로 보인다. 따라서 시설 자동화를 통해 가능한 인력 투입을 최소화하고 이에 대한 고정 투자비 회수를 위해 규모를 크게 갈 수밖에 없는 실정인 것이다.

이는 계란 공급 과잉의 출발점이 될 수 있다는 것이다. 물론 공급이 느는 만큼 소비가 증가한다면 문제가 발생되지 않겠지만 또 다른 하나는 노계 처분의 어려움으로 강제 환우에 의한 산란기간의 연장으로 인해 총 산란계 사육 규모가 커지고 있다는 것이다. 이는 계란 생산량의 증가뿐만 아니라 식품으로서 계란의

가치를 떨어뜨리는 역할을 하고 있다는데 문제가 있을 수 있다.

그리고 계란을 생산하는 농장에 질병이 많이 있다는 것은 누구나 인정하고 있을 것이다. 이는 질병의 확산을 막고 치료를 위해 불가피하게 항생제를 사용할 수밖에 없는데, 이것 역시 식품으로서 계란의 가치를 떨어뜨리는 결정적인 역할을 하게 되는 것이다. 이와 더불어 농장의 오염으로 인해 계란내의 미생물 오염 역시 소비를 침체시키는 중요한 요인인 것이다.

3) 유통상의 요인

계란이 신선한 식품으로서 가치를 유지하면서 소비자의 식탁까지 도달하기 위해서는 유통 기간의 단축과 냉장 유통이 자리를 잡아야

하는데 실제 우리의 유통 구조는 이를 충족시키기 어려운 실정이다.

상온에서 계란이 생산되어 요리를 통한 섭취까지 일주일 이상을 넘기지 않는다면 신선한 상태의 계란을 소비자는 즐길 수 있을 것이다. 그러나 이 이상의 기간이 초과할 경우 소비자는 가치 있는 식품으로서 계란을 외면하게 될 것이기 때문이다.

4) 소비자의 관점

소비자의 입장에서 보면 계란을 식품으로서 선택하는데 있어 요리 종류와 가공 제품이 너무 적어 선택의 폭이 적다는 것이다. 따라서 구매 지속력이 떨어지게 되어 소비를 증가시키는데 장애 요인이 되는 것이다. 또 하나는 신선란 위주의 브랜드 제품이 많이 출시되고 있는데 이들 제품에 대한 차별화가 뚜렷하지 않고 제품에 대한 보증이 되고 있지 않아 소비자가 선택 구매하기에 망설여져 계란 소비량을 늘이는데 일조하지 못하고 있다는 것이고, 자칫 신뢰감마저 잃을 경우 차후에 신선란 브랜드 제품에 대한 전반적인 불신과 냉소로 인해 시장 자체가 위축될 수도 있다는 것이다.

그리고 정말 중요한 것은 소비자가 원하는 신선하고 안전한 식품으로서의 계란을 구입하기 힘들어 신이 주신 완전한 식품임에도 불구하고, 소비자의 계란에 대한 인식이 저급 식품과 보조 식품으로서 전락하고 있다는 것이다.

2. 계란 소비활성화 방안

그렇다면 이와 같은 상황에서 계란의 소비를 증가시킬 수 있는 방안은 어떤 것이 있을까

알아보도록 하자. 앞서서도 언급했듯이 계란 소비 침체 원인은 다양하고 서로 연계되어 있음을 알 수 있다.

따라서 대책 또한 부분적이 아닌 전체적인 관점에서 제시하는 것이 바람직할 것으로 사료된다. 대책 역시 유형별로 계란 생산 측면과 유통 측면, 제품 개발 측면, 홍보 및 판촉 측면 그리고 이들의 개선 효과가 최종적이고 종합적으로 도출될 수 있는 전략적 통합 운영 방안에 대해 알아보도록 한다.

1) 계란 생산 측면

식품으로서 계란의 가치는 신선하고 안전해야 한다. 이를 위해서는 산란계 농장의 청정 상태가 전제되어야 한다. 농장이 청정한 상태가 되기 위해서는 병아리 입추 이전 단계에서 계사의 완벽한 소독이 이뤄져야 하고 수직 감염을 차단하기 위한 난계대 질병이 없는 병아리의 입추가 이뤄져야 한다. 그 이후 수평 감염을 차단하기 위한 백신 프로그램과 정기적인 소독 프로그램 등이 운용되어야 한다. 이러한 상태에서만이 계란은 비로소 미생물 감염과 항생제 잔존으로부터 자유스러워 질 수 있기 때문이다.

또 소비자로부터 신뢰받고 가치를 인정받을 수 있는 진정한 브랜드 계란을 생산할 수 있는 시스템을 갖춰야 한다. 즉, 소비자의 진정한 니즈를 파악해서 이를 충족시킬 수 있는 브랜드 아이템을 선정하고 이를 생산하기 위한 사료를 주문 공급받아 급여하며, 생산된 계란의 성분을 확인 한 후 신선하게 유통할 수 있는 채널을 통해 소비자에게 공급할 수 있어야 한다.

2) 유통 측면

농장으로부터 신선한 안전한 계란이 생산되었으면 이를 오염시키거나 상하지 않게 최종 소비자에게까지 전달하는 역할은 바로 유통에 종사하는 사람들의 몫이다. 이를 위해서는 우선 신선함을 유지시킬 수 있는 콜드 시스템이 정착되어야 한다. 비록 다른 식품보다 자체 포장되어있어 신선도를 유지하는데 유리하다고는 하나 이 역시 상온에서 신선도를 유지하는데는 한계가 있기 때문이다.

3) 제품 개발 측면

계란은 앞서서도 언급했듯이 대체로 신선란 위주의 제품으로 구성되어 있기에 소비자 입장에서 보면 매우 단순한 식품으로 비춰진다. 다시 말해 구매 지속성과 선호도에서 상대적으로 다양한 제품과 요리 방법이 개발된 타 육류(단백질 식품)에 비해 떨어지게 된다. 따라서 이를 극복하기 위해서는 다양한 요리의 개발과 제품 개발, 특히 저장성과 편의성이 뛰어난 제품 개발이 시급하게 요구된다.

4) 홍보 및 판촉 측면

계란이 왜곡된 정보에 의해 소비 침체로 이어지는 일은 어제오늘의 일이 아니다. 그럼에도 불구하고 지금도 이 문제를 극복하지 못하고 있는 실정이다. 이번 국제축산박람회의 학술세미나에서도 발표되었듯이 계란에 함유된 콜레스테롤이 체내에 침착되어 성인병을 유발시키는 원인 제공을 하는가 하는 것은 유의성이 없는 것으로 나타났다.

즉, 계란을 섭취해서 체내에 콜레스테롤 수치가 올라가는 것이 아니라 개인의 성향에 의한

것이라는 것이다. 이러한 중요한 자료는 산란계 농장들만이 아닌 산란계 산업에 관여하고 있는 모든 기업과 조직에서 적극적으로 홍보하고 알려야 책임과 의무가 있다고 사료된다. 이를 홍보하는 방법도 기존의 홍보 매체인 매스컴을 적극적으로 활용하는 것과 최종 소비자를 상대로 직접 홍보하는 방법 그리고 장기적으로는 자라나는 어린 학생들을 대상으로 왜곡된 정보에서 벗어날 수 있도록 체계적인 자료 제공과 교육이 필요하다.

또한 소비자들을 대상으로 가격으로만 현혹하려고 하지 말고 다른 단백질 식품에 비해 경제성 있는 영양 식품 즉, 가격 대비 영양 성분과 건강에 미치는 영향 등에 대한 우수성을 적극 홍보해서 소비자의 선택을 유도해야 할 것이다.

5) 전략적 통합 운영

지금까지 언급한 대책은 어느 한 단계 또는 한 분야에서 해결하기는 어려운 것들이다. 이러한 대책을 실행에 옮기기 위해서는 이 모든 대책을 종합적으로 연계해서 운용할 수 있는 체계가 갖춰져야 하는데 이것은 바로 전략적 통합 운영 체계라는 것을 통해서 비로소 성과를 거둘 수 있다.

현대 또는 미래 기업이 지향하고 있는 전략적 테마는 고객 지향적이라는 것이다. 기업의 성패는 바로 고객이 원하는 것을 충족시켜주고 지원해줌으로서 고객으로 하여금 가치를 창출하게 하는가 못하는가에 달려있다고 사료된다. 계란의 소비 침체를 해소시키고 소비량을 증가시키기 위해서는 소비자로 하여금 계란의 가치를 상대적으로 인정하게 만드는 것

이고, 이는 소비자의 진정한 니즈를 명확하게 파악하여 충족시키는 일일 것이다.

이를 위해서는 통합 주체(자)가 소비자의 니즈 파악으로부터 이를 충족시키는 계란 생산에 이르기까지 조정과 전략적 연계를 통해 과정별 불필요한 요소를 최소화하고 고객 욕구 충족에 집중하여 다른 단백질 식품에 비해 경쟁력 우위를 획득하고 최종 성과를 도출하여 이를 다시 각 단계별로 배분함으로써 계란 소비 시장의 침체를 막고 소비를 증대시킬 수 있을 것이다.

3. 맺음말

지금까지 계란 소비침체 원인과 대책에 대해 알아보았다. 다시 한번 강조하자면 이러한

일련의 대책은 어느 한 부문이나 사업의 한 단계에서 해결할 수 있는 일이 아니다. 계란과 관련된 모든 산업이 이에 동참하고 적극 협력할 때 가능할 것이며, 더 나아가 국가적 차원의 대책 마련과 이에 필요한 정책적 지원이 필요할 것이다. 특히 산란계 산업 발전의 걸림돌로 대두되고 있는 노계 처리 문제와 계분 처리 문제는 정부 차원의 정책적 지원이 절실한 상황인 것이다. 이와 관련된 산업 즉 노계 전용 도계장과 계분 유기질 비료 처리장과 같은 사업장에 세제 혜택과 자금 지원 등을 통해 사업 활성화를 이루고 이로 인해 산란계 농장의 정상적인 성장과 경영이 가능하도록 배려가 뒤따라야 한다고 사료된다.

끝으로 소비자 지향적인 마인드를 가진 관련 기업들의 적극적인 참여를 기대해 본다. **양계**

깨끗하게 청소하여 질병에서 해방되자!

자동화 계사 청소대행

- 원적외선 산업 (맥반석, 견운모)
- 중추이송 케이지 주문제작

동 광 공 업

대 표 : 최 성 태

사무실 : 경남 양산시 상북면 석계리

전 화 : (055)374-8461~2, 팩 스 : (055)375-8461

휴대폰 : 011-374-8461~2