

올해 닭고기 가격정책 방향 제시



정창영 (주)동우 대표이사

가금인플루엔자 발생 이전인 2002년, 2003년 주요 계열업체 경영실적을 살펴보면 우려할 수준을 넘어 사업의 불확실성에 대한 해법을 요구하는 회계 감사보고서가 눈에 띄며, 증권가의 애널리스트 및 금융권의 시각은 아주 부정적인 바, 은행권의 자금회수 및 대출기피 현상은 당분간 피할 수 없으리라 예상된다.

2004년까지도 수익모델을 찾지 못하고 제조원가를 무시한 닭고기 판매, 시장점유율(%) 증대를 위한 과잉생산이 반복된다면 외부로부터 사업으로 인정받지 못하고 공멸하는 우를 범하

지 않을까 우려하는 부분이 너무 많아 필자는 원점으로 돌아가 영업정책 중에 손익에 결정적인 영향을 미치는 가격정책이라도 재정립하였으면 하는 심정으로 과거 가격정책의 문제점과 현 시점에서 할 수 있는 원칙만을 강조하고자 한다.

현 시점에서 더욱더 막막하고 대안이 없는 것은 매년 판매되는 닭고기 가격을 볼 때 제비용(운반비, 도계비, 일반관리비) 부분에서 전년대비하여 kg당 50원을 매년 못 받고 있는 바 이제

는 한계에 도달한 상태이며, 계열화업체는 현 상태로 간다면 생계유통 가격이 자체 생산비와 최소한 kg당 200원 이상 벌어져야 하는 결론이 나오는데, 지속적으로 생산비 이상의 시세가 유지될 수 있을지 장담할 수 없다.

최근 2년 생계시세에서 보았듯이 생산비 이하의 시세가 지속될 때 대안이 있는지 묻고 싶다.

이에 필자는 수급불균형으로 인하여 단기적으로는 고가의 시세가 형성이 될 수 있으나, 모든 여건에 비춰볼 때 고가의 시세는 당분간 기대할 수 없다는 가정하에서 생계시세와 제비용이 따로 따로 재정립 되어야 할 필요성이 있다고 생각된다.

생계시세는 당분간 시장원리에 맡기고, 제비용만이라도 제값을 제대로 받아야 할 것이다. 이는 생산비 이하의 시세형성시 자체 생산비도 받지 못하고, 제비용도 못 받는 구조에서 벗어나 제비용만이라도 제값을 받아 기업 경영이 급속하게 악화되는 것을 보완하기 위한 일시적 대안인 것이다.

제비용 제값을 받기 위함은 현재 당면해 있는 계열업체들의 살아남기 위한 몸부림이라고 생각한다.

실제 제비용은 아래와 같이 매년 지속적으로 증가해 왔으며, 지속적으로 인상되리라 예상된다.

제비용 현황과 인상요인(도계비 + 판매관리비 + 운반비)을 볼 때, 도계비중 노무비 및 경비

는 매년 인상되는 요인이며, 노무비는 최저 임금기준으로 보면 최근 2000년부터 2004년까지 매년 평균 11.5%가 인상되어 왔다.

또한 기존시설 유지보수 및 신규투자로 인한 감가상각비 증가와 위생적이고 안전한 제품을 생산하기 위한 수도료, 전기료, 환경부담금(폐수 약품비, 폐기물 처리비)은 매년 증가되고, 판매관리비와 신규설비에 따른 금융비용의 구성 요소 중 어느 것 하나 무시할 수 없는 항목들이다. 판매관리비는 서비스를 위한 인력투자 비용이 주가 되며, 특히 제품의 운반비는 유류비 상승으로 인한 물류비 부담액이 과거 3년 전에 비해 30%나 증가 되어왔다.

금융비용은 주문대비 출고율(%) 향상을 위한 계열화(중계, 부화, 사육, 사료) 투자비에 따른 금융비용이며, 이러한 구성 요소들은 매년 증가 되는 부분이다.

위와 같이 제비용은 상거래 관계에서 절대 양보해서는 안되는 기업의 생존비용이라고 할 수 있다.

매년 제비용에 대해서 변화를 주는 것은 상호간 불편하지만 인상요인과 인하요인을 찾아 분석하고, 조사되어야 된다고 생각하며 한꺼번에 무리하게 변화를 주는 것은 시장에 충격을 주기 때문에 신중을 기해야 할 것이다.

또 일정한 물과 간격으로 변화를 줘야 한다고 생각한다.

과거 회사별 가격에 관련된 정책들을 기억해 볼 때, 대형 신규 도계장이 등장할 때마다 수율(%) 및 제비용은 시장의 기존 가격구조를 무시

하고 경쟁 및 저가판매로 이어져 관련 회사의 파산 및 산업전체에 악 영향을 준 사례들을 다음과 같이 많이 접할 수 있다.

- ① A회사가 가격을 결정하면 B회사는 A회사보다 ▲50원을 적용, C회사는 ▲100원을 적용하던 사례
- ② A계열업체 가격과 임도계 판매업자 판매가격의 중간 가격을 선택하여 가격정책 도입사례
- ③ 종계부터 도계까지 생산 목표원가를 시장 판매 가격으로 채택하여 물량고정과 가격고정을 동시에 실시한 실패한 영업정책 사례
- ④ ‘모두가 어려워니 제비용 제값 받기를 합시다’라고 동의한 후 제비용은 제값을 받으나, 생계를 D/C하여 판매한 사례(그 이후 생계 D/C가 생긴 사례임)
- ⑤ A협회 시세가 기준이던 시기에 B협회 시세(유통)를 적용하여 주겠으며, 수율(%), 제비용을 최저 수준으로 맞추어 주고 시장 초기진입 전략과 저가주의 정책도입 사례
- ⑥ 판매능력 이상으로 사육하여 시장질서를 무시하고 생계판매, D/C, 덤핑 사례
- ⑦ 정상적일 때는 수율(%), 제비용을 받고, 자체회사 과잉시에는 덤핑을 하여 타사에게 영향을 주는 사례

위 사례들을 볼 때 기존·신규업체 모두가 시장진입이 늦더라도 시행착오를 반복하지 않으

려는 노력과 관련업체간 정보교환 및 과거에 대한 연구가 필요한 시점이라 생각된다. 아울러 매출규모에 따른 가격차등화, 수급에 따른 가격차등화 등을 통하여 유통질서를 재정립해야 하겠으며, 새로운 장려금 정책 도입이 시급하다고 사료된다.

결론적으로 볼 때 우리는 업체간 경쟁에 너무 치우쳐서 많은 비용과 시간을 낭비하고 있지는 않은지 뒤돌아 보게 된다. 소비자(구매자) 측면에서 보면 생산원가·제비용을 인정하지 않겠다는 것이 아니므로 서로간 출혈경쟁은 자제되어야 하며, 모두가 win-win 전략과 투명한 경영으로 이해를 득하고 설득을 반복하면서 시장에서 요구하는 구매자의 목소리를 경청해야 할 것이다.

구매자는 우리에게

1) 건강한 생계를 위생적인 도계장에서 도계한 국내산 닭고기를 부담 없는 가격에 공급받기를 원함.

2) 닭고기 가격에 대해 폭등·폭락없이 적당한 가격대에 지속적으로 구입하였으면 하는 것.

3) 업체·대리점에서는 주문하는 물량에 대해서 차질이 없도록 공급, 요청하고 있는 바 우리는 시장 가격안정 및 생산성 향상에 주력하여 수입도 방어하고 닭고기 시장을 확대하는 방향으로 영업전략을 수립하고 실천한다면 우리의 미래는 밝을 것이다. C