

한국양계농협 이홍열 경제상무

농장과 GP센터 계획 입 · 출하 정착이 관건이다



계란품질 높이고 계획투자 있어야

이홍열 상무는 GP센터 운영의 걸림돌로 계란이 고가일 때 오·파란 비율이 높다는 점을 들었다. 계란가격이 높고, 소비가 잘 되더라도 계란 품질이 일정하게 뒷받침이 되어야 납품업체를 확대할 수 있는데 품질이 균일하지 않으면 성수기에는 문제가 없더라도 비수기에 손실 폭이 커진다는 것이다. 그래서 계란GP센터와 거래하는 농장은 경영과 투자에 있어 계란품질을 높이기 위한 수단으로 지속적이고 계획적인 관리와 투자에 대한 원칙을 가지고 농장경영을 할 수 있는 경영주의 마인드 고취가 중요하다는 점을 강조하였다.

생산일자 및 계군별 생산계란 구분 가능해야

계란GP센터에는 몇 십개 농장에서 생산된 계란이 수집되어 각 유통업체에 제품란으로 납품되고 있다. 철저한 신선도관리와 위생관리를 위해서는 수집단계에서 계란의 생산일자와 농장에서의 계군별 생산된 계란이 혼합되는 사례가 근절되어야 한

농장에서 계란을 수집하여 단체급식업체와 대형매장에 제품란과 판란을 납품하고 있는 한국양계농협의 이홍열 경제상무를 만나 집하장의 역할과 발전방안을 들어 보았다.

다.

이홍열 상무에 의하면 양계농협은 GP센터 단계에서 생산농장, 계군주령, 생산일자, 위생수준 등을 구분하여 판매계획을 세우고 있다는 것이다. 예를 들어 노계군, 질병계군에서 생산된 계란은 선도 유지가 떨어지므로 식란으로 처리하기보다는 가공용으로 사용하고, 짧은 닭의 주령에서 생산된 신선도가 높고 품질이 우수한 계란은 소매점의 제품란과 판란으로 출하하여 소비자의 반복 구매가 이루어지게 한다는 계획이다.

대부분의 계란GP센터 문제점은 계란의 역추적이 불가능한 것인데 인원과 관리 능력이 부족하면 현대적인 장비를 투입하여 관리하는 것이 용이하다고 보고 있다.

농장별 및 지역별 계란GP센터별 특화제품 검토해야

소비자 요구사항의 변화에 따라 대형유통업체에서는 생산자단체나 생산자가 생산을 겸비한 유통참여를 원하고 있고 일부 대형농장에서는 농장브랜드로 계란을 유통하고 있으며 또한 기업들은 거대 자금력을 앞세워 계란유통에 참여하여 계란유통시장의 점유율을 확대하고 있는 실정이므로 일정 규모 이하의 농장에서 생산된 계란의 판매가 점점 어려워지고 있다. 지역별 계란GP센터별 사료, 품종, 사양관리를 통일하고 생산을 차별화하여 생산한 계란의 독자적인 브랜드 개발로 부가가치 창출 및 안정적인 판매 확대가 요구되고 있다.

이홍열 상무는 현재 계란GP센터에서 판매되는 제품란은 부가가치가 낮은 것이 단점인데 이를 극복하기 방안으로 농장별 및 지역별GP센터별 특화

시킨 브랜드란 개발이 시급하고, 특화된 브랜드란 제품은 소비자 트렌드에 맞는 안전성과 친환경적인 사양관리를 통한 일정물량의 공급능력과 품질의 균일성을 강조한 웰빙계란제품의 개념 도입이 필요하다는 것이다. 마케팅 있어서 계란의 품질과 가격을 기준으로 상류층, 중간층으로 차별화하여 공급하는 것도 생각해볼 만한 것이고, 기능성 제품을 생산하는 농가는 성분분석을 정기적으로 실시하여 소비자가 신뢰하는 수준까지 유지하여 구매요구를 만족시켜야 한다는 점을 강조하였다.

GP HACCP 도입으로 소비자의 신뢰성 구축을 통한 계란소비 확대

이홍열 상무는 생산단계에서 HACCP 뿐만 아니라 GP단계에서 2차 오염을 막아주는 크린존과 더티존을 만드는 HACCP 제도가 정착되어야 한다고 설명했다. 더티존은 농장에서 계란을 받고, 크린존에서 살균, 검란, 세척하여 상품란을 만들어 출하하게 된다.

소비자는 계란을 구매하여 가정으로 돌아가면 냉장고에 계란을 보관하는데 냉장고에는 일반음식물과 같이 보관을 하는데 일부 소비자는 계란 오염을 우려하여 구입을 꺼리는 경향이 있으므로 최종 소비자에게 전달단계인 계란GP단계의 HACCP 도입으로 소비자 신뢰를 획득함으로써 계란의 반복 구매를 유도하여야 한다는 것이다.

생산이력제 보다 농장실명제가 우선이다

계란GP센터 HACCP 도입과 더불어 대형매장의 바이어가 요구하는 소비자 역추적 시스템을 요구

| 특집 · 불황대비 채란업 발전을 위한 방안모색 |

하고 있는데 농장별로 생산하는 계란에 별도의 농장번호를 부여하는 방안이 검토되어야 한다고 이 상무는 강조하고 있다. 결국 농장 실명제를 먼저 실시하고 그 단계로 생산이력제를 도입하여 농장의 혼란을 막자는 의견이다.

실명제는 농장별 자료 전산화와 시설이 갖추어져야 함으로 양계농협의 신축 유통센터에서 실시하여도 무방할 것으로 보인다.

계절별 선입선출, 후입선출 선택 달리해야

이 상무는 계란의 신선도를 유지하기 위해서는 농장, 계란GP센터, 소매점 등의 역할분담이 중요하다고 언급했다. 예를 들어 GP센터는 소매점으로 팔수 있는 발주물량(약 1.5일 물량) 조절이 필요하다는 것이다.

계란은 생산시점부터 소비자가 구매하는 시점까

지 길어지면 소비자는 신선도가 떨어지는 계란을 구매하여 먹을 수밖에 없으므로 각 유통단계에서 상품관리를 위한 관련자의 마인드가 공유되어야 한다고 밝혔다. 또한 계란은 선입선출을 하는 것이 보통이나 선입선출을 하다가 소비가 안 될 때는 후입선출을 하는 것이 좋고, 제품으로 출하되지 못하는 것은 가공용으로 소비하는 것이 필요하다는 것이다. 이는 계절별 상품출고 방법을 바꾸어 주는 방안이라고 보여진다. 이런 방법이 정착되기 위해선 생산비 이상의 계란가격 보장이 전제되어야 하는데 후입선출에 따른 농가손실을 자조금에서 일정부분을 보조해 주는 제도 도입이 있어야 활성화 될 수 있다고 한다. 계란가격이 생산비 선 밑으로 내려갈 경우 스스로 생산량을 줄이도록 각성하는 제도가 필요하다. **양계**

롯데마트 정성용 MD

품질이 좋아야 계란 소비가 늘어난다

로테마트 돈육 담당자로 일하다가 4개월 전부터 계란 구매를 담당하고 있는 정성용 MD를 지난 6일 만나 계란소비 현황과 구매 성향을 들어보았다.

계란생산유통시설 투자 있어야...

정성용 MD는 처음 계란구매 업무를 담당하면서 농장과 GP센터를 방문하면서 돈육 유통구조보다