

經營



經濟動向과 食品企業의 經營



宋 基 澈

<高麗大教授>

問題의 提起

한 나라의 企業은 그가 屬하고 있는 그 業界와 經濟의 움직임과 直接的으로 깊은 影響을 받게 마련이다. 말할 필요도 없이 企業이 影響을 받는 것은 이 以外에도 國際政治라든가 國內政治, 國內外에 걸친 社會狀況 그리고 技術水準등 여러가지 要因들이 얽히고 섞히는 複合的 要因에 의해서도 影響을 받음은 더 말할 必要도 없다.

따라서 國民經濟 속에서 經濟活動의 한 部門을 크게 차지하는 產業部門이거나 企業體로서는 그가 活動하는 場所로서의 國內外經濟環境 즉 그의 動向에 敏感치 않을 수 없는 것이다.

이와 같은 國內外經濟與件의 變化를 迅速 正確하게 把握 分析하여 的確하게 對應하는 것이야 말로 食品工業이나 食品企業이 持續的으로 健全하게 發展할 수 있는 것으로 생각된다.

이리하여 最近엔 우리 業界나 企業으로서 그 어느 때 보다도 國內外經濟與件變化에 대해서 銳敏한 反應을 보이고 있다. 以上은 從前의 企業經營의 思考方式 보다는 훨씬 進一步한 方式으로 보여진다.

또 이와 같이 國內外經濟與件에 대해서 銳敏한 反應을 보이고 있는 것은 從前과 같은 無感覺한 企業經營으로써 停滯하거나 큰 陳痛을 겪는 경우가 적지 않기 때문으로 여겨진다.

그러면 보다 높은 成長을 위해선 國內外經濟與件變化에 따른 迅速 正確한 經營戰略의 樹立과 그의 果敢하고도 끈질긴 實踐에서만 열매를 거둘 수 있을 것으로 생각되기 때문에 그 背景을 풀이할 수 있을 것으로 생각된다.

75년의 經濟展望

돌이켜 보건대 74年은 정말 多事多難했던 한해였다고 볼 수 있다. 74年의 中心토픽은 워니 워니 해도 不況 그것도 高物價下의 景氣沈滯란 相互 矛盾되는 兩極의 現象이 두드러지는 스태그플레이션이라 할 수 있다.

74年의 經濟를 돌이켜 보건대 크게 2期로 나누어 생각할 수 있다. 74年 上半期는 72年 前後 계속되어 온 物價上昇의 壓力이 現實化의 물결을 타고 物價가 굉장히 上昇한 反面에 景氣는 1·4分期에 있어선 檀君以來의 好況이란 73年의 꼬트리가 있어서 景氣는 世界不況의 주름살이 미치기는 했으나 그런대로 아직은 괜찮았다. 2·4分期에는 不況의 餘波를 더 크게 느꼈으나 그래도 견딜만 했었다고 할 수 있다. 이때에 政府는 反인플레이션을 追求하여 달리는 政策을 펴 왔다고 보여 진다.

그러나 74年 下半期에 이르러 事情은 急變하였다. 物價上昇趨勢는 鈍化되었으나 景氣沈滯는 이 때부터 本格化되었고 時間이 흐름에 따라서 不況이 擴散化, 持續化, 深刻化되는 느낌이 있어 74年 11月 8日現在 減員, 休·廢業된 業體가 836個로 그 人員數는 6萬 1千餘名에 이른다는 것이다.

그리고 業種으로서 역시 纖維, 電子, 食品, 化學, 金屬, 木材의 順이고, 勤勞者는 서울, 釜山, 慶北, 慶南의 順이라고 한다. 景氣沈滯에 따라 惹起되는 經濟的 社會的 여러 問題에 비추어 政府는 景氣浮揚策을 쓰게 되었고 이에 在庫金融, 納稅猶餘, 現金借款과 現物借款의 許容등 여러 措置가 이루어졌고 굶기야는 景氣回復과 國際收支改善을 위해서 12·7 特別 經濟措置까지도 斷行되었다. 이 12·7 措置는 75年의 經濟에 큰 影響을 미치게끔 되었다.

요사이 어디를 가나 經濟의 占, 즉 앞날의 經濟展望에 대해서 여러가지로 이야기가 紛紛하다. 지금 大體로 支配的인 이야기는 75年 上半期까지는 分明히 어려워지면 어려워졌지 좀처럼 나아질것 같지 않다는 것이다. 그 理由는 우리 經濟에 決定的으로 影響을 미치고 있는 世界經濟 특히 美國과 日本의 經濟가 지금 現在 好轉되어가는 狀態에 있지 않으며 그것이 또 곧 好轉될 아무 徵候도 보이지 않고 있기 때문이다.

더욱 多事多難할 75年

설혹 지금 美國이나 日本의 經濟가 好轉되더라도 요사이는 同時的으로 그의 波及效果를 미친다고 하지만 역시 어느 정도의 時差가 있다고 보는 것이 妥當할 것이다. 그 時差를 美國의 경우 6個月, 日本의 경우 3個月로 보는 것이 옳으나하는 問題가 있긴 하지만 75年 下半期 回復說이란 어떤 突然異變이 없는한 期待할 수 없는 것으로 보아야 한다. 本人의 생각으로는 76年 上半期에 回復되더라도 빠르고 多幸한 일로 보고 있다. 설혹 그것이 回復된다 하더라도 그것은 극히 조그만 幅의 것이 될 것이요, 그 回復時期에 걸친 것으로 보아야 할 것이 아닌가 생각한다.

물론 요사이는 斷絶의 時代로 일컬어지고 있듯이 어떤 突然變異의 事態가 發生하지 않는다는 保障도 없는 것이다. 例를 든다면 原油價가 大幅 引下되나든지, 오일·달러가 豫想外로 빨리 還流되나든지 昨今의 情勢로 보아 언제 어디에서 戰爭이라든가 어떤 事態가 突發하여 어떤 影響을 미치게 될지 아무도 모르는 것이다.

또 「73年의 好況에 2年의 장사를 했다」고 볼 때에 75年엔 各國의 在庫도 바닥까지는 가

지 않더라도 在庫減少로 새로운 景氣가 일지 않겠는가? 그리고 우리도 經濟적으로 여러 어려움을 느끼고 있지만 先進諸國의 經濟的 打擊도 이만 지만 큰 것이 아니기 때문에 그들이 서둘러서 世界經濟秩序를 잡고 景氣를 好轉시키려는 景氣回復政策을 追究하려는 面도 있지 않으므로 景氣가 好轉되지 않을까 하는 期待를 해 보기도 한다.

그러나 冷嚴히 이야기 한다면 이것은 우리의 希望이고 期待이지 現實적으로 볼 때에 큰 期待를 할 수 없는 것이 우리의 現實이며 世界의 現實이 아닌가 생각한다. 따라서 75年의 上半期는 말할 必要도 없고 下半期까지도 일단 經濟狀況은 어려운 것으로 보아야 한다. 물론 그것이 우리의 豫想과 어긋나서 好轉된다면 그 以上の 多幸한 일은 없을 것이지만 우리의 對備는 항상 最惡의 경우를 豫想하고 對策을 마련하여야 할 것으로 생각한다.

그런데 여기서 강조해 두어야 할 것은 지금 말하는 經濟의 어려움은 一般的狀況을 뜻하는 것으로 보아야 한다. 지금도 業種이나 企業에 따라 그의 規模, 體質, 商品, 市場 如何에 따라 千差萬別로 經濟沈滯를 느끼고 있다는 事實이다. 경우에 따라선 好況을 누리는 業種과 企業도 있다는 事實이 특히 留意되어야 한다.

食品企業의 經營戰略

不況이 심했다던 74年에도 食品企業은 企業에 따라서 各各 若干의 差異가 있긴 했지만 어려운 與件下에서도 그 나름대로 奮戰했다고 보는 것이 妥當할 것이다.

그런데 한마디로 食品企業이라 하지만 그 種類는 극히 多種多樣한 것으로 廣汎한 것으로 서로 事情을 달리하는 경우가 많이 나오게

된다.

말할 必要도 없이 食品이란 1가지 이상의 營養素를 包含하고 有害物을 包含하지 않는 天然產物 또는 加工品을 말한다. 따라서 쌀, 보리, 生鮮, 野菜 혹은 加工品인 된장, 간장 등도 모두 食品인 것이다. 우리가 日常 攝取하는 普通食品의 種類는 4百種 以上에 달하며 우리가 먹을 수 있는 것을 합하면 1千種 程度이다.

食品의 分類는 여러가지 觀點에서 이루어진다. 즉 主成分에 의한 分類, 動植物의 別, 農產·畜產·水產의 別등이 있다.

그러나 그를 크게 보면 農產食品, 畜產食品, 水產食品, 통조림·병조림·包裝食品, 調味食品, 菓子類, 飲料品, 인스턴트食品, 그 밖의 食品등으로 나눌 수 있다.

따라서 여기서 個別的 食品企業에 대한 經營戰略은 말할 수 없기 때문에 一般的 이야기 가 되지 않을 수 없다.

우리 經濟에서 廣義의 食品工業의 位置를 알기 위해서 73年 大法人名單中 그를 골라보면 19位의 第一製糖, 21位 第一製糖販賣, 26位 大韓製粉, 28位 東亞製粉, 29位 三養社, 31位 三養食品販賣, 34位 三養食品工業, 43位 해태製菓, 68位 롯데工業, 69位 眞露酒造, 78位 味元, 84位 東洋麥酒, 85位 三立食品, 99位 味元販賣, 100位 서울味元이 包含되어 있다.

이로써 본다면 廣義의 食品工業이 우리 經濟에 차지하는 比重은 굉장히 큰 것으로 볼 수 있다.

한편 이들 廣義의 食品工業의 經營정도를 알기 위해서 그의 廣告狀況을 보면 表 1과 같다 國內 52個大企業들의 廣告費支出額은 1百 42億원에 달했고 이 가운데 他業種에 비해 不況의 影響을 비교적 받지 않은 食品메이커들이 크게 浮刻된 가운데 10億원을 支出한 해태製

菓가 랭킹 1위를 차지하고 있다. 業種別로 보더라도 해태製菓를 비롯, 15個 食品메이커들이 47億 7千萬원을 廣告費로 投位, 首位를 차지하고 있으며, 東洋麥酒등 9個 酒類 및 飲料 生産業體가 18億 8千萬원으로 되어 있다. 이로써 어느 정도 競爭이 熾烈한가를 능히 짐작할 수 있다.

(表 1) 廣義의 食品企業의 廣告額 (單位: 億원)

業種	會社	廣告費
食品 및 調味料	해태製菓	10.0
	味第一製糖	4.5
	第三立食	4.2
	三三立養食	4.0
	롯데대製菓	4.0
	대대一乳菓	3.3
	큰티넨탈食	2.2
	東洋製菓	2.1
	서울食菓	2.0
	南陽乳菓	1.7
	三岡産菓	1.7
	셀프食菓	1.5
	서울牛乳組	1.3
	東西食菓	1.2
計		47.7
酒類 및 飲料	東洋麥酒	3.8
	漢陽食	3.5
	眞露酒	3.0
	韓獨麥酒	2.0
	韓美食	1.7
	朝鮮麥酒	1.6
	白花釀酒	1.3
	七星사이다	1.2
慶州法酒	0.7	
計		18.8

食品메이커들의 74年度 販賣實績과 75年目標을 보면 表 2와 같다. 이들은 다른 業體들보다 不況을 덜 탔는데 不況이 深化될 것을 憂慮하면서도 74年比 40~50%의 높은 伸張率을 내다보고 이의 達成을 위해 消費者嗜好에 맞는 新製品의 開發과 優秀製品을 供給한다는

(表 2) 食品메이커別 販賣高 (單位: 億원)

會社名	年度	74年	75年	增加率
		販賣實績	目標	
三養食品		316	400	26.5
롯데工業		160	250	56.2
三岡産菓		52	120	130.7
롯데製菓		110	200	81.8
東洋製菓		60	100	66.6
三立食		120	130	9.0
큰티넨탈食		70	100	42.8
서울食菓		—	100	—
第一製糖		360	420	16.6
味元販賣		130	150	15.3
南陽乳菓		50	60	20.0
眞露酒造		260	400	53.8
서울牛乳		110	180	63.6
대대韓綜		35	60	71.4
대대一乳菓		80	120	50.0

原則 밑에 販賣經營強化등 經營戰略에 腐心하고 있음이 事實이다.

이런 狀況下에서 食品企業의 經營戰略으로 考慮되어야 할 點을 생각해 보고자 한다.

우선 國內外經濟與件에 대한 迅速正確한 情報의 蒐集과 分析 그에 따른 適切한 措置의 마련과 그의 果敢한 適應이 先行되어야 한다. 지금 不況이라 하지만 內需市場은 外需市場보다 一般的으로 낮은 狀況에 있다고 보여진다. 더군다나 食品이란 그 商品이 갖는 特殊性에 비추어 不況을 타기 어려운 商品으로 보여진다.

그런 뜻에서 食品企業은 不況에 強하다고 보아야 한다. 그러나 留意하여야 할 것은 우리 食品工業의 原資材가 大部分 輸入되고 있으며 그를 위해선 莫大한 外貨가 所要된다는 事實이다.

그런데 지금 우리 經濟의 與件으로 最大의 難題가 惡化一路에 있는 國際收支를 어떻게 改善시키느냐에 있다고 보여진다. 이를 위해선 輸出增大와 輸入抑制方向으로 追求되어야

할진대 昨今の情勢로 보아 이런 傾向은 더욱 強化될 것은 確하다.

이 強化되는 輸入抑制方向이 食品企業에 具體的으로 어떤 影響을 미칠 것이냐에 대해서 깊은 配慮가 있어야 하겠다.

이와 아울러 그 原資材購入에 있어 賢明하게 對應하지 못하면 우리가 過去 쓰라린 經驗을 했던 最高價로 購入하는 「상투잡이」의 愚를 犯하지 않도록 迅速의 確한 適應力이 發揮되어야 할 것으로 생각한다.

다음으로 製品開發을 들지 않을 수 없다. 急激하게 變化하는 우리의 經濟下에서 消費者의 嗜好에 맞도록 하는 努力에 의해서 今後의 企業成果가 左右된다고 보아도 지나친 말은

아닐 것으로 생각된다. 따라서 「싸고 맛있고 營養萬點」의 食品提供에 깊은 配慮가 있어야 할 것으로 생각한다.

그리고 75年度에 있어 食品企業間의 競爭은 더욱 더 熾烈해 질 것으로 보아야 할 것이다. 이를 위해서 여러 戰略이 講究될 것으로 豫想된다. 더욱 많은 廣告費의 投入, 市場經路의 再整備, 販賣條件의 惡化, 販賣金融의 隘路 등이 豫想된다.

이런 點이 豫想되긴 하지만 지금 惡戰苦鬪하고 있는 一部 業種보다는 그래도 낫은 것으로 보여지니 만큼 더욱 努力해서 75年度에 所期의 目標을 達成할 것을 期待해 마지 않는 바이다.

日常食品 常用單位 營養價計算表

서울 保健專門學校附設 서울食品科學研究所에서 所長 張建型 博士 指導로 現下 科學的이며 合理的인 食生活이 要求되나 實地 食品營養을 專攻하는 사람은 勿論 家庭主婦에 이르기까지 食生活 改善向上을 위하여 必要한 營養價計算을 할 수 없는 實情이므로 손쉽게 食品이나 食事의 營養價를 計算할 수 있도록 日常食品常用單位營養價計算表를 出版했는데 內容에는 우리나라에서 日常 攝取하고 있는 食品을 거의 網羅하였으며 더욱 常用單位와 目測單位別로 計算할 수 있는데다가 食事와 料理種目別 營養價計算 및 材料處分까지 것드린 便利하고 實用的 參考書이다.

食品의 嗜好性과 官能檢査

最近 食生活패턴이 洋風化 또는 高級化됨에 따라 加工食品이 많이 普及케 되었으므로 商品으로서의 價値基準인 嗜好性이 過去 어느때 보다도 강조되며 또한 食品의 品質에 있어서는 主로 物理化學的인 性質과 成分 및 營養價等を 基準으로 評價하여 왔으나 實際에 있어서는 우리들이 食品을 購入할 때 무엇보

다도 모양과 크기, 색깔, 냄새, 맛, 텍스츄어 등 感覺器官을 통한 官能的인 性質에 따라 選擇함이 가장 바람직하며 또한 그럴수 밖에 없는 것이다.

이에 美國이나 先進諸國에서의 지난 20餘年間に 걸쳐 쌓아올린 研究를 土台로 서울 保健專門學校의 張建型 博士가 食品의 嗜好性과 官能檢査에 對한 指針書를 發刊했다.

最新食品衛生學

우리가 日常 攝取하는 食品은 그 重要性은 말할나위도 없거니와 우리의 健康과 直結되므로 이의 採取, 製造, 加工, 調理, 貯藏, 運搬 또는 販賣等の 諸過程에 있어 가장 衛生的으로 取扱되어야 하므로 이를 繼續不斷히 啓蒙教育하는 한편 強調해 오고 있지만 이에 對한 教育資料로서는 先進諸國의 것을 그대로 써왔 으므로, 이번에 斯界의 權威이신 辛孝善, 申光淳, 鄭英彩, 李容旭 諸氏가 共同으로 「最新食品衛生學」을 우리나라 實情에 맞도록 編纂發刊하였음, 全國의 食品營養 專攻學徒들이나 一線에서 食品 衛生業務를 擔當하는 實務者는 勿論 食品業에 從事하는 분들에게 推薦할 만한 文獻이다.

