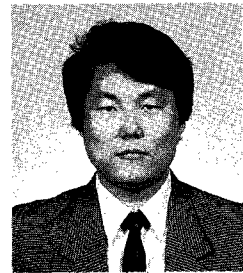


상품개발, 품질과 소비자 신뢰가 중요



김 창 수
동방사료 양계 P.M.

1. 양계산물 소비변화

양계산물 하면 닭고기와 계란으로 대별이 된다. 지난 '80년대까지만 하더라도 30개들이 난좌에 담긴 계란이 전부인 것처럼 인식이 되어 왔다고 볼 수 있다.

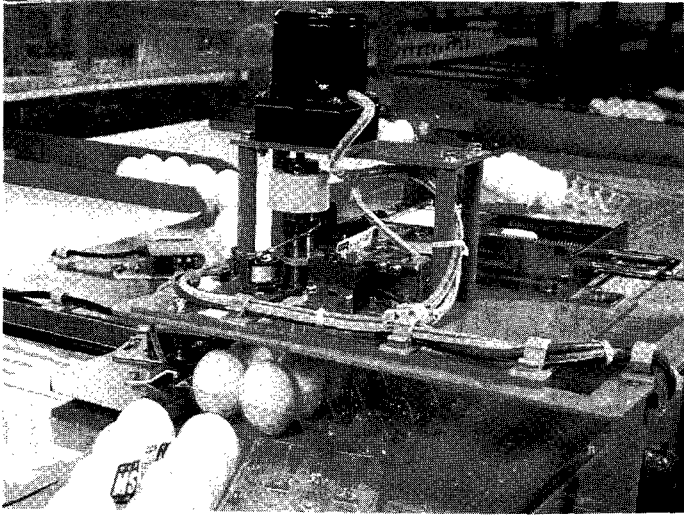
닭고기의 경우 종전의 튀김닭에서 양념통닭, 양념을 해 빵가루를 입힌 후라이드 치킨, 포장용 삼계탕으로 급속하게 소비시장이 신장되기 시작하였고, 계란은 일반 가정용 소비에서 철도나 유원지 등에서 삶은 계란 뿐이던 것이 차츰 음식 패턴이 바뀌면서 식품 보조제로의 활용이 급격히 높아지고 있으며 한단계 더 나아가 계란내용물에서 특정 성분만을 추출하여 건강 식품이나 미용제 등에까지 활용하고 있다. 계란은 아직도 가정소비를 위주로 하는 식란으

로의 소비가 주류를 이루고 있는 실정이어서 소비자들이 관심을 가질 수 있도록 할 수 있는 상품개발이 필수적이라 할 수 있다.

2. 상품개발의 필요성

상품이란 자연물 그 자체를 그대로 상용화하는 경우와 두가지 이상을 합성하여 용도에 맞는 새로운 물건으로 만들거나, 아예 인공적으로 합성을 하여 만들어 내는 경우가 있을 것이다.

상품개발은 본디 필요에 의해서 이루어지기 마련이지만 최근에는 영업활동을 위해 만들어져 공급되는 경향도 매우 높아졌다. 문명이 발전할수록 상품을 만들어 낼 수 있는 기술이 개발되어 인간(소비자)이 원하는 대로 상품은 개



발이 되고 있으며, 문명의 혜택을 입을수록 소비자는 다양성을 요구하기 때문에 상품개발은 활발하게 이루어져서 공급될 수 밖에 없을 것이다.

양계산물인 닭고기와 계란은 식사를 위해 전량 사용이 되었으나 제품의 다양화로 소비자 욕구에 맞게 식사용으로 기호재료, 보조재료, 기능재료 상품개발이 이루어지고 있다.

가끔 일부에서는 「닭고기와 계란」은 있는 그대로 소비자에게 공급해야 한다고 상품개발의 필요성을 간접적으로 부인하는 경우도 있지만 상품이 다양하게 만들어진다는 것은 다양한 욕구를 가진 소비자들에게 선택의 폭을 넓혀서 새로운 소비를 창출해 내기 위해서는 필요성이 인정될 수 밖에 없을 것이다.

3. 상품개발 방향

양계산물의 상품개발에 대하여 한정해서 언급하자면 과거 자급자족 시대에도 닭과 계란을

벼짚에 담아 필요를 느끼는 소비자에게 판매를 하였다. 엄밀히 말해 이때의 양계산물도 상품화가 되었다고 볼 수 있다. 차츰 판매를 목적으로 하는 물량이 많아지면서 어떻게 하면 내가 가지고 있는 물건이 더 소비자에게 돋보이게 할 수 없을까 하는 생각에서 상품개발은 활기를 띠었을 것이다.

초기에는 자연물 그대로를 활용하여 깨끗하고 위생적이라는 이미지를 부각시키다가 다시 특정 성분을 보강하여 기능제 쪽으로 소비자에게 인식시켜 공급하려는 움직임이 강하게 일어났다.

또한 양계산물을 주원료로 하는 상품개발이 급속하게 시도되었는데 소득의 급상승으로 인한 외식의존도가 높아지고, 가정부부의 사회참여로 편리식품이 선풍적인 인기를 끌면서 예전에 없던 형태의 상품개발이 필요해지자 자연히 선진외국의 상품을 그대로 제조하여 공급하다 보니 그간의 개념이 흔들리고 정서에 다소는 부합하지 못하는 상황들이 빚어지면서 우리 본래의 것이 중요하다는 인식이 높아지기 시작하자 상품개발이 또다시 자연식품, 무공해라는 이미지를 부각시키는 단계로 접어들고 있다.

양계산물의 상품개발은 생산된 자연물 그대로를 가지고 위생과 맛을 유지시켜 주는 작업이 가장 기본이 되어야 한다고 보고 있다. 이바탕 위에서 소비자의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 상품으로 개발이 되어야 지속적인 소비가 될 것으로 보인다.

모두가 상표를 부착하니 위생이나 신선도를 고려하지 않고 상표만 붙여서 값을 비싸게

한다거나, 특정한 영양성분을 강화시켰다고 소비자를 현란하게 만든다면 우선은 호기심으로 소비는 더 늘어날지 몰라도 장기적인 측면에서 볼 때는 전체 양계산물의 소비에 다소나마 악 영향을 초래할 여지가 다분히 있다. 닭고기나 계란이 이 문제에 관해서는 같은 입장이라고 볼 수 있다. 소비자가 신뢰할 수 있고, 필요를 느낄 수 있도록 양계산물의 상품은 개발이 되어야 한다.

좀더 구체적으로 상품개발에 대한 목적이 뚜렷해야 한다는 견해이다. 원칙이 무시된 과도한 영업전략의 상품개발은 한계가 있으며 전체 상품에 이미지를 실추시킬 수 있으며, 원칙이 지켜지는 상품이라도 과도한 마진을 요구한다면 소비기피와 대외 경쟁력 상실로 전전한 양계산업 발전에 도움이 되지 못할 것이다.

4. 결론

양계산업의 발전을 위해서 상품개발은 지속적으로 이루어져야 함은 재론의 여지가 없다. 단지 우리 소비자나 외국의 소비자가 무엇을 원하는지 이해하고 이에 부합될 수 있는 상품개발이 우선적이어야 한다.

과다한 외국상품의 모방이나, 타사 상품의 모방은 새로움을 찾는 소비자에게 쉽게 외면당하여 지속성을 가질 수 없게 마련이다.

어느 식품이나 마찬가지로 하지만 우선은 위생과 신선도가 강조된 바탕 위에서 독자성을 가지고 소비자가 믿고 신뢰할 수 있는 상품개발에 주력해 나가야 업계의 이익과 개인의 수익이 극대화 될 수 있을 것으로 보인다. 양계



최고의 성적
최고의 경제성

동 서 중 추 농 장





중추 전문업체인 동서축산이
신기부화장의 후원으로
철저한 육성관리와 방역으로
건강한 중추를 보급하겠습니다.

· 특란형 하이라인	· 위탁 사육
· 이사브라운	· 초생추 분양

사무실 : (0333)665-2148, 667-0772
 농 장 : (0417)581-4745
 휴대폰 : 011-345-8148, 011-350-8239
 호출기 : 012-849-8148