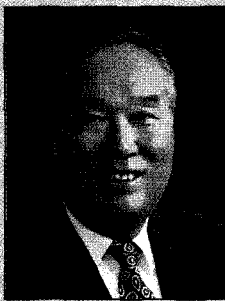


# 박영인 박사의 삼장통합 특강 시리즈(7)



박영인 박사  
(미국곡물협회)

## - 목 차 -

- 1월호 / 농업연관 1,2,3차 산업
- 2월호 / 계육산업과 삼장통합
- 3월호 / 통합경영과 삼장통합
- 4월호 / 소비자 지향 계육산업
- 5월호 / 삼장통합과 농장기능
- 6월호 / 삼장통합과 공장기능
- 7월호 / 삼장통합과 시장기능
- 8월호 / 부분통합과 완전통합
- 9월호 / 기업통합과 협동통합
- 10월호 / 소유통합과 계약통합
- 11월호 / 통합주제와 사육주제
- 12월호 / 삼장통합의 이익배분

오늘날 계육산업은 소비자 지향적이다. 시장기능은 삼장통합 가운데 소비자에게 직접 계육을 전달하는 역할이다. 소비자가 원하는 형태의 닭고기를 원하는 시기, 장소 및 가격에 맞추어 공급하는 곳이 바로 시장이다.

계육은 많은 식육 중의 하나이고 소비의 대체성이 매우 높은 식품이다. 따라서 소비지향의 원료생산(농장)과 계육가공(공장)은 물론, 식육유통(시장)도 원만해야 비로소 계육산업이 발전하게 된다. 시장은 상품화(merchandising)와 거래(transaction)의 중요한 기능을 수행하여 계육소비를 증대하는 장소이다.

시장기능은 소유, 장소, 시간의 효용(possesion, place and time utility)을 창조한다는 점에서 가공(form utility)과 함께 광의의 생산(production)에 포함시키기도 한다. 그래서 모든 생산과정(농장, 공장, 시장의 기능)은 하나의 통합체계에 따라 농장은 공장지향, 공장은 시장지향, 시장은 소비지향이면서 농장과 공장도 다함께 소비지향적이어야 한다. 이것이 현대 경영의 4P(production, price, place-distribution, promotion)대책이다.

계육시장은 생계거래(live birds transaction)로부터 시작하여 차츰 도계 및 가공품유통(dressed and processed products distribution)으로 발전하게 된다. 일반적으로 비통합(非統合)체계에서는 생계가 상품이나, 통합체제로 바뀌면 자연스럽게 도계

이 시리즈 강좌는 2002년동안 12회에 걸쳐 매월 계속된다.

박영인 박사는 우리나라에 통합경영과 자조금 제도를 맨 처음 소개하여 그 실현에 앞장섰고 삼장통합(三場統合)이란 새로운 용어도 만들었다.

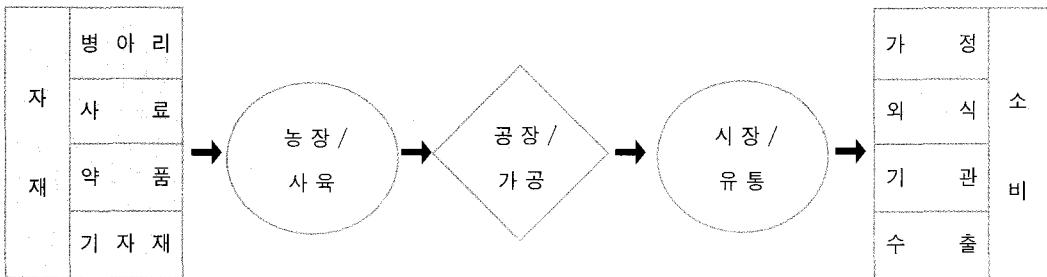
〈편집자주〉

및 가공계육만이 상품이 된다. 나아가 외식산업이 성장하면서 계육의 거래처는 기관소비(HRI: hotels, restaurants, institutions)쪽으로 계속하여 확대된다.

WTO체제하의 시장기능은 국내생산 뿐 아니라 수출입의 과제가 중요하게 대두된다. 국내시장의 상황에 따라 수입과 수출이 자유스러워지는 것이다. 그러나 수출입은 단순한 무역업자가 수행하기 보다는 계육의 특성상 통합주체가 국내 생산물의 수급과 더불어 종합적으로 다루는 것이 합리적이다.

삼장통합 과정상의 시장기능은 다음 그림과 같이 공장가공과 소비를 연계시켜 준다.

〈그림1〉 통합체계의 시장기능



한국계육산업은 아직도 시장기능이 선진국 대열에 올라와 있지 않다. 비통합의 생계유통이 지금껏 남아 있는가 하면 유통단계의 위생수준도 개선의 여지가 많다. 또 수출은 겨우 착수하는 단계에 있고 수입은 과당경쟁의 문제가 심각하다. 소비 또한 불안정한 상태이다. 그래서 계육가격이 연중 50%의 진폭을 보이기까지 한다. 선진국은 5% 내외에 불과하다.

삼장통합에서는 농장, 공장, 시장기능이 균형있게 발전해야 한다. 하나의 조직체계가 이 세가지 기능을 동시에 조정하는 것이다. 그리고 한국내의 여러 계열체계가 하나의 산업·시장을 형성한다. 시장기능은 이러한 통합조직 가운데 소비자와 직접 만나는 최후의 거점이다. 따라서 소비의 대문은 활짝 열려 있어야 한다.☺