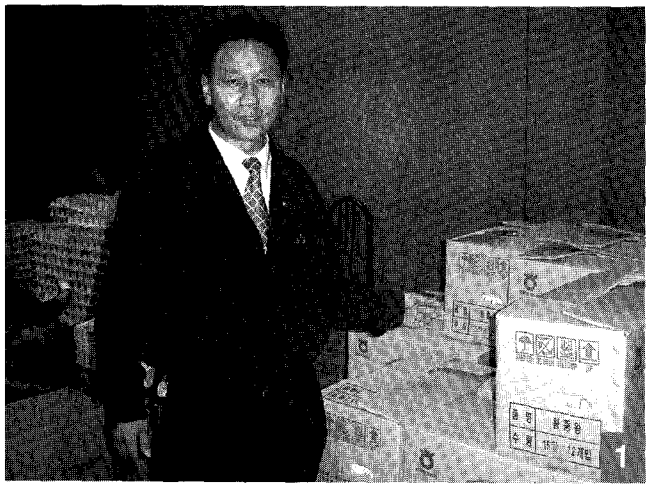
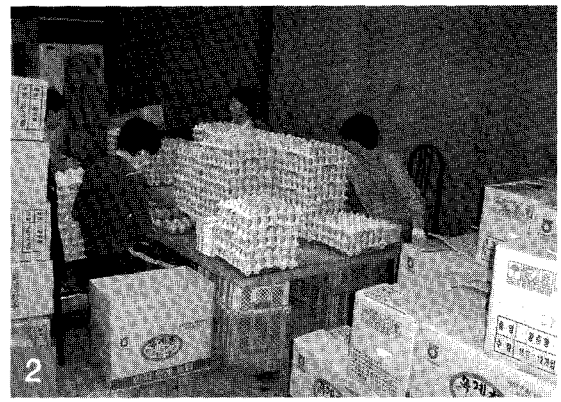
3월. 남부유통센터
4월. 계란가공공장
5월. 대구유통센터
6월. 영주유통센터
7월. 북부유통센터
8월. 목포유통센터
9월. 서울본점경제

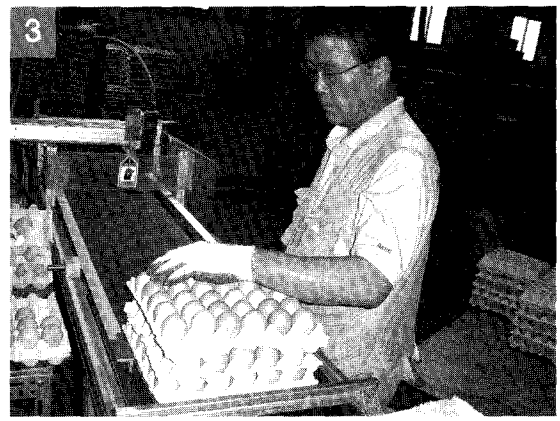
계란 생산수익, 품질로서 소비자에 보상한다

▲ 경기도 양주시 봉양도에 위치한 한국양계농협 북부계란유통센터는 경기 북부지역과 충청도 지역의 계란 물류을 담당하고 있다. 유통센터에서는 다양한 상품란을 판매하고 있다.

91년 7월 15일 경기도 양주시에 설립된 계란유통센터와 94년 10월 15일에 개설된 포천계란유통센터를 2002년 2월 1일 북부계란유통센터로 통합하여 현재까지 운영하고 있다. 경기도 양주시 봉양동 756번지에 위치한 북부유통센터는 대지 852평에 건물 258평 규모로 1일 25만개의 계란을 취급하고 있으며, 수도권 북부와 충청도 일부 지역의 계란 물류을 담당하고 있다.







1 이기영 과장이 상품란 제조 과정을 설명하고 있다.

2 제품란은 유통센터에서 별도 수작업을 통해 일일이 품질을 검토하고 있다.

3 급식업체에 납품하는 계란은 개별 계란에 생산일자를 마킹한다

계란 신선도 위해 일정한 온도 유지

북부유통센터에 조합원의 계란출하는 선별 출하를 원칙으로 하고 있다. 농가에서 1차 선별되어 온 계란은 유통센터에서 별도 선별 작업 후 캡슐 포장 작업으로 파손율을 줄이고 있다. 포장란 이외 급식업체에 제공하는 계란은 전체 물량의 10% 수준으로 2차 선별을 실시하고 있다.

급식업체에 유통계란은 판란으로 각 계란별로 유통기한을 찍어야 하므로 2차 선별이 불가피한 상태이다. 급식업체 제공하는 계란과 달리 일반 포장계란은 포장지에 유통기한을 표시하는 것이 다른점이 있다.

이기영 북부유통센터 과장은 계란의 신선도 유지를 위해 농장에서는 선입선출 원칙에 의거 계란을 수거하고 있고, 유통센터 내부 온도는 연중 20℃를 유지하고, 계란운송은 냉장 차량을 이용하여 계란 신선도 보존과 균일한 품질 유지에 최선을 다하고 있다고 밝혔다.

산소란, 목계촌 유정란 소비자 인지도 상승

한국양계농협 북부유통센터에서 판매하는 상품란은 12개종으로 영양란, 일반란, 기능란, 유정란 등이 있다. 소비자에게 가장 인기 있는 상품으로는 산소란, 목계촌 유정란, 셀레란, 참영양란 등이 있는데 상품 인지도를 구별하지 않는 소비자는 특 · 대란 이상의 큰알과 영양란, 유정란을 선호하는 경향이 높다는 것이다.

전성용 장장 현장 인터뷰

▲ 전성용 북부유통센터 장장은 생산자와 소비자 모두를 보호하는 유통센터로 거듭나기 위해 노력하고 있음을 밝혔다.

북부유통센터 경영을 책임지고 있는 전성용 장장을 만나 유통센터 실태를 좀 더 구체적으로 들어보았다. 전성용 장장은 지난해 3월 1일부로 본점 총무과에서 유통센터로 전근한지 1년 3개월이 지났다.

유통업무를 담당하면서 각오는?

계란은 식품이기에 위생과 안전성에 초점을 두었다. 전근한 후 인근 양주지역에서 조류인플루엔자가의 발생으로 농가 피해를 보면서 계란뿐만 아니라 닭의 질병 및 위생관리까지 확대되었다. 계란 상품의 신선도 유지, 생산일자 체크, 유통기간 점검에 만전을 기하고 있으며 판로 개척을 위한 마케팅 대책 연구에 매진하고 있다.

계통출하 현황은?

유통센터 1일 반입되는 물량은 평균 25만개로 이중 연간 13~20개 조합원 농가에서 95% 물량을 구매하고 나머지는 외부 구매에 의존하고 있다. 계통출하의 특징은 계란 시세가 높을 때에는 출하량이 줄어들고, 최근과 같이 시세가 하락시기에는 계통출하량이 늘어나는 특징을 가지고 있다.

계란 판매는?

북부유통센터의 계란 판로는 크게 3단계로 나누어진다. 대형할인점, 농축협유통, 급식업체이다. 유통센터에서 취급물량 중 73%가 할인점에 납품되고 있고, 급식업체 10%, 농축협유통 및 일반유통에 20%를 거래하고 있다. 대형할인점의 매장이 늘어나면서 유통량은 증가하지만 수익도 동반 증가한다는 것은 기대하기 힘들다는 점이 단점이다. 계란은 10개, 15개, 20개, 30개 단위로 포장되는데 할인매장은 모든 포장단위로 납품되고 자체 상품(PB)이 있는 것이 특징이다. 급식업체는 30개 판란 위주로 거래된다. 유통센터의 계란유통기한은 3일 안에 소비자에게 전달되도록 노력하고 있다.

유통센터의 경쟁력은?

유통센터의 경쟁력은 조합원 농가에서 안정적으로 계란을 확보할 수 있고, 조합원에게 비수기, 성수기에 관계없이 수익을 일정하게 보장할 수 있다는 것이다. 농가의 물량 변화로 유통센터의 운영은

▲ 이홍열 본점경제상무와 전성용 장장이 공통된 유통체계 구축과 유통센터 운영방안을 논의하고 있다.

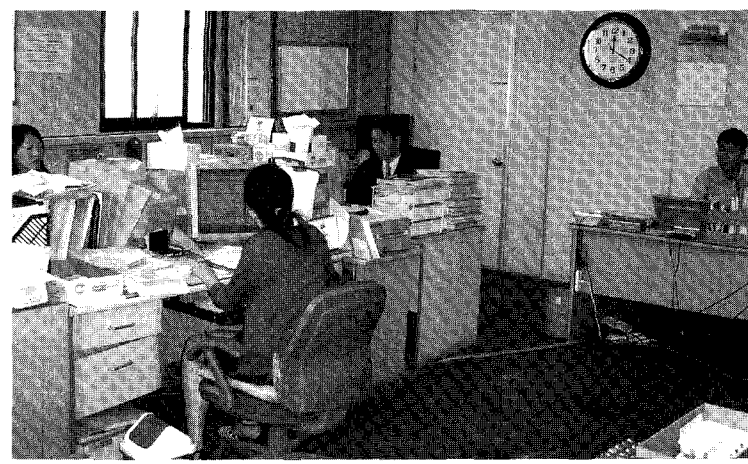
계란수급에 차질이 있을 수 있으나 조합원 농가가 조금 더 유통센터를 아끼고 이용해야 한다면 문제 해결은 쉽다고 본다. 한 예로 유통센터 거래하는 70~80% 이상의 농가는 유통센터 제시 조건을 잘 준수하고 있다.

조합원의 품질 높은 계란 생산과 유통센터의 판로 확장이 유통센터의 경쟁력을 더욱 높이는 길이라고 보고 있다. 또한 한국양계농협은 전국에 있는 계란 유통센터(북부외 4개와 계란가공공장 1개)에서 균일한 품질(사료, 사양관리 기준, 품종을 통한)의 계란을 수집하여 지역별 대형유통업체 및 소형소매점에 납품을 할 수 있는 물류네트워크와 등외란은 계란가공공장을 통한 가공용으로 처리 할 수 있는 시스템이 가장 큰 장점이다.

계란 유통에 걸림돌이 있다면?

할인점과 같은 대형 유통업체 판매점 관리에 빨간불이 켜지고 있다. 우리 유통센터만 느끼고 있는 것은 아니지만 할인점의 요구사항이 결재체계의 한계를 벗어나고 있고 수익을 보장받을 수 있는 것이 아니기 때문에 너무나 답답한 점이 있다. 더구나 우리 조합과 같이 독립채산제로 운영되어 마케팅의 운신의 폭이 적은 상태에서 바이어와의 협상력이 떨어지는 것이 현실이다.

할인점은 소비자에게 직결된 유통업체이지만 우리 유통센터는 생산자와 직결된 유통업체이다. 그러므로 근본적으로 운영되는 것은 큰 차이가 없다고 생각한다.



▲ 북부유통센터 사무실 전경

유통센터 발전방안은?

계란 생산자 이익이 나와 소비자에게 이익이 돌아간다는 것이 원칙이다. 계란이 저가 품목 이미지에서 벗어나야 되겠지만 급격한 난가변동은 바람직하지 않다. 유통센터에서는

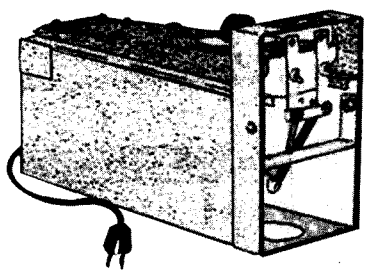
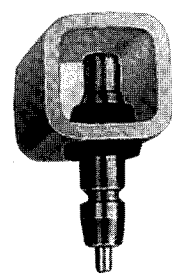
생산비이하에서 할인행사를 지양한다. 왜냐하면 생산자와 소비자 모두를 보호할 수 있기 때문이다. 생산비보다 높게 거래되면 생산자는 품질로써 소비자에게 보답한다. 이런 원칙을 유통인은 지나치게 높은 마진율을 높이기 위해 국내 생산조직을 무너뜨리지 않았으면 한다.

마지막으로 당부사항이 있다면?

계란은 부가가치가 낮고 수익 감소 리스크(위험)는 높은 상태여서 유통에 상당한 위험부담이 큰 것이 사실이다.

조합의 유통센터는 안정된 계란유통을 유지하는 것인데 센터 운영에 따른 마진이 확보되어야 한다. 확보방안으로 가장 쉽게 접근하는 것은 비용절감인데 다른 비용은 차지하더라도 포장비 절감이 우선되어야 한다고 본다. 예를 들어 우리센터 포장비 중 박스비용이 한달 600만원이 소요되는데 정부에서 일반농산물에 지원하는 물류센터 이용 KC박스와 일반도매유통을 위한 종이 BOX 사용 지원비를 계란에도 똑같이 적용한다면 우리는 1년에 3,600만원이상의 비용을 아낄 수 있다고 본다. 그러므로 유통포장비 지원은 정부 차원이나 중앙회 차원에서 꼭 실현되어 계란포장의 단순화 균일화를 이루어야 한다.

취재 | 김종준 과장
3kjj8@hanmail.net

부리절단기♣닙플 전문
최고의 품질을 위해 정성을 다하여 제작하고 있습니다
부리절단기(국산품)

※ 사용중 고장난 제품을 수리해 드립니다.
닙플

수입품에 비해 가격기 저렴하다
보령산업
전 화 : (02)461-7887(주 · 야)
휴대폰 : 017 - 743 - 6887