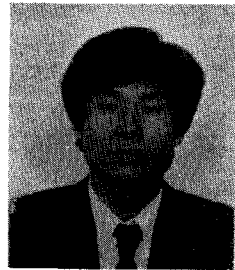


현 실정에 맞는

분위기 조성이

필요하다



윤 하 운
천후제일사로 마케팅부장

지난 30여년간 우리의 양계 산업을 가꾸어온 땀과 창 의 그리고 열정과 사명감에 대해 서 들어왔고 부분적으로 체험 했다. 오늘에 와서도 또 미래사 회를 향해 지속적인 공헌을 약속 하며 그 산업을 지키고 키워 나 가고자 하는 양계인 모두의 의연 한 의지와 의사결정상의 지혜와 사려 깊은 행동을 감지한다.

양계 협동조합과 일부 육계 계 열화 업체의 사업추진 방향과 내 용을 보며 그 성과를 확인할 때

우리나라 양계산업의 미래를 낙 관하게 뒀은 혼자만의 생각일 까? 종전보다 위험을 덜 느끼면 서 효용이 증대될 것으로 생각할 때 소비자는 구매하는 의사를 갖 게 되며, 구매행동에 적합한 여 건이 주어질 때 구매선택으로 연 결되기 때문에 시장과 소비자를 생각하면서 생산을 하고 여타의 경영활동을 전개하는 것은 분명 히 바람직한 일이라고 확신한다.

오늘날 양계산업 전반에 걸쳐 확산되고 있는 그러한 노력과 개

별 농장 수준에서의 시설현대화 를 통한 대량생산시스템의 구축 과 생산성 향상 노력, 생산비 절 감과 비전의 확보를 위한 제도 개선 및 새로운 소비자 욕구에 부응코자 하는 노력 등은 새로운 경영환경에 대응하면서 국제 경 쟁력을 높이기 위해 선택할 수 있는 최선의 현실적 대안이며 실 천이라고 평가되어, 양계인 모두 에게 경의와 감사를 표하고 싶다.

더욱이 그러한 성과와 오늘날

전개되는 일련의 시도들이 정부의 혁신성장 정책을 통한 산업내 구조조정 및 국제 제고 전략의 가시적 성과이며 학계, 연구기관 등을 포함하는 전체 업계 내부에서 자생적으로 구축 가동되는 조기 경보체제의 산물임과 동시에 양계인 모두가 키워온 경제적, 기술적 잠재역량의 소산이라고 보여져 마음 든든하다.

하나의 성과는 또다른 성과를 승수적으로 창조하기 때문에 어떤 경우이든 선구자들은 오래도록 칭송받아 마땅하다는 점을 강조하고 싶다. 한편 오해이기를 바라면서도 우려되는 부분이 있다. 굳이 예를 들지는 않겠지만 수입개방에 대비한 조기경보체제의 가동과 관련하여 한쪽 단면만이 너무 강조될 뿐만 아니라 경고의 정도가 다소 인플레이션되는 측면이 있는듯 하며, 또한 수입개방에 대한 대응수준으로서 일부에서는 곤장 기적을 만들어 내고자 한다거나 기적을 만들어 내라고 강요하는 듯함이 바로 그것이다.

물론 '91년 11월 UR 협상이 우리의 의지와 다르게 결론이 날 것이 거의 확실하여 시간적으로 여유가 없고, 자극에 의한 각성과 주의집중이 정보의 수용을 돕는다는 차원에서 불가피한 측면도 없지 않다고 생각한다.

그러나 발전을 촉진시키기 위하여 제시하는 정보나 의도가 너

무 위협적이고 비판적이어서 기존의 양계산업을 포기하게 한다거나 양계산업내의 자금과 인력을 타산업부문으로 이탈하게 한다면, 또 새로운 자금과 새로운 인력의 유입을 막는 결과를 초래한다면 그것이야말로 최악의 경우라고 아니할 수 없으며 우리의 성장 잠재력을 저하시키는 것이라 볼 수 있다.

사료제조업체의 직원 자격이라기 보다는 축산이라는 울타리내의 구성원으로서 개인적인 언급이 허용된다면, 다음 몇가지 사항을 추가하고 싶다. 산업차원의 국제경쟁력을 높이기 위해 투자하고 혁신, 개발하며 구조를 조정해 나가는데 있어 무슨 일을 왜, 어떻게, 언제까지, 누가 해야만 하는지에 대한 당위성의 강조와 함께 시장 경제 원리에 입각해서 그러한 준비가 갖추어질 수 있도록 분위기를 조성하는 것이 필요하다고 생각되기 때문이다.

사실 당위적 측면에서의 생산비 절감이나 유통구조의 개선, 계산물의 상품성 제고를 통한 고부가가치의 기득 등과 같은 대안은 이미 충분히 제시되어 있다.

첫째, 계산물의 증산 노력이 필요하다.

그것을 위해서는 일차적으로 계산물을 생산하기 위한 시설과 능력의 확충이 선행되어야 할 것이다.

소득이 증대되고 사회 전체가

보다 풍요로워지면 일을 덜 하면서 필요한 물품을 다른 나라로부터 수입하여 욕구를 충족시키고자 하는 시도가 강해지는 것은 필연이다. 하물며 국제화의 진전과 때를 같이하여 먹는 문제와 관련한 공급부족 상황하에서는 다른 선택권이 있을 수가 없다.

우리나라 양계산업의 규모, 발전 정도에 영향을 미치는 관련 부존 요소와 축산물의 예상 수요량과 수요조건을 감안하면서, 총체적 경제구조 속에서 축산물 수급 상황을 면밀히 분석할 때 계산물을 포함한 우리나라의 축산물 수급은 장기적으로 구조적인 공급 부족 상황에 직면할 것으로 예상된다.

우리나라의 경제성장 전략에 더하여 지속적인 지가상승, 환경오염문제, 3차산업의 매력도 증가에 따른 1차 산업의 인력부족으로 그러한 징후는 이미 뚜렷해지고 있다.

반면에 사회적 발전단계로 봐서 우리나라는 이미 대중·대량 소비단계에 이미 진입하였거나 곧 진입하는 것이 분명하여 일반 대중의 잠재 욕구를 개발하고 소비여건을 적절히 제공할 때 계산물의 소비는 계속 증가할 것이다.

수입에 대응하는 1차적인 대안은 계산물의 충분한 국내 생산을 통한 공급량의 확대이다. 계산물의 증산 노력과 관련하여 그 타

당성을 뒷받침하는 또다른 주요 요인을 보면 계란은 그 특성상 극히 제한적인 국가간 이동만이 가능하다는 것이며, 계육은 그 시장 규모로 우리나라 총 소비량의 2배를 수입하는 거대시장 일부를 그 시장규모에 포함시킬 수 있다는 사실이다.

정부의 계산물 증산 정책이 국민적 합의에 의한 비전의 제시와 제도 개선이 함께 강도높게 추진되기를 요망한다.

둘째, 국내 경쟁이 필요하다.

국내 경쟁이 생략된 국제 경쟁력의 확보는 불가능하다. 경쟁체제를 지속적으로 유지하기 위하여 대자본의 업계 진입은 어느정도 규제할 필요가 있으나, 그 이상은 바람직하지 않다. 경쟁만이 산업에 활력을 불어 넣어 혁신을 가능케 하고 산업을 발전시키며 궁극적으로 그 산업을 지킬 수 있는 힘을 배양시키기 때문이다. 경쟁이 제한되면 될수록 그만큼의 시장을 우리는 상실할 수밖에 없을 것이다.

국내 경쟁, 국제 경쟁을 막론하고 계열화 체제는 강력한 경쟁력을 발휘한다. 비생산자 자본의 계열화 참여는 생산자 단체에 의한 계열화를 촉진시킬 것이다. 종계·부화업자가 산란계 사육이나 육계사육을 시도할 때 업계의 비난과 저항을 받으며 사업계획을 변경하는 풍토에서는 국제 경쟁력이 배양될 수가 없을 것

이다.

그와 같은 견지에서 평가 할 때 근래에 계열화업체 등에 대한 자가사료의 배합을 허용하는 것은 환영할 만한 일이다. 완전 경쟁만이 효율적이며 사회적 복리후생을 실현한다는 고전적 경제원리에 이제 충실할 때가 되었다고 생각한다.

셋째, 소비자를 까다로운 계산물 구매 전문가로 교육시킬 필요가 있다.

상품이 차별화되면 구매자는 다른 가격을 지불하는데 주저하지 않으므로 가격차이를 극복하는 가장 강력한 수단은 계산물의 차별화이다. 계산물의 고유 가치인 식품으로서의 효용 외에 궁극적으로 형태효용, 유통효용, 정보효용, 거래적 효용 등을 추가하는 것이 최종 목표가 되겠지만 그보다는 먼저 식품 차원에서의 차별화 작업이 이루어져야 할 것이다.

오늘날 일반 소비자는 오래된 계란과 신선한 계란, 냉동 계육과 냉장 계육의 차이를 눈으로도 입으로도 구분하지 못하며 구분하려고 하지도 않는다. 좋은 난각과 나쁜 난각이 어떻게 다른지를 알지 못할 뿐아니라 어떠한 방법이 계육을 위생적으로 처리하는 것인지를 알지 못한다. 물론 계산물을 파는 사람도 그러한 차이를 강조하지 않는다.

이제 가정주부와 미래의 가정

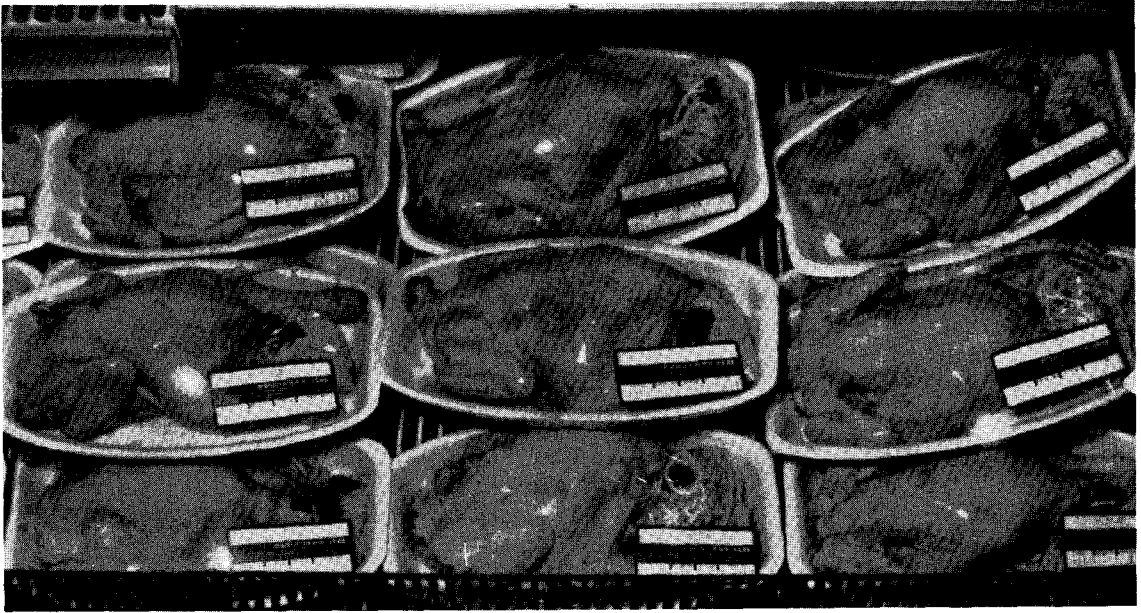
주부 등 주요 소비자를 대상으로 필요한 만큼의 교육과 홍보를 실시하여 그들이 일상 생활에서 그 차이를 식별하고 보다 좋은 계산물 선택을 위해 노력하도록 하여야 한다. 이러한 교육이야말로 수입계산물에 비해 유리한 위치를 확보할 수 있는 방안이며 국내 차원에서 가치있는 계산물에 대한 프리미엄을 획득하고 소비를 촉진시킬 수 있는 수단이다. 물론 선호도가 떨어지는 계란을 가공한다면 부분적으로 수입가공란 식품에 대항할 수 있을 것이다.

정부차원, 업체차원에서 계산물의 안정성과 위생 기준을 마련하고 검사기관을 설립하여 그 기준을 엄격하게 적용한다면 계산물의 상품성이 제고되고 소비자의 만족도가 배가될 것이다.

넷째, 산업차원의 마케팅 노력이 필요하다.

소비자가 기꺼이 사려고 하지 않는 상황에서 생산은 무의미하며, 소비자의 편익을 향상시키지 못하는 유통 또한 가치가 없다. 상품가치를 잘못 이해하고 있거나 그 이해정도가 확고하지 못하다면 소비자의 구매를 장담할 수가 없다.

소비자의 식품에 대한 인식이 조속에서 계산물은 어떠한 자리에서 어떠한 상대적 가치로 그리고 절대적 가치로 지각되고 있는지, 선호 서열상 어떠한 위치에



자리잡고 있는지를 과학적 방법으로 분석·규명하여야 하며, 그러한 지각과 선호도가 계산물의 어떤 특성과 편익 또는 문제에 기인하는지를 알아야 한다.

지각된 가치만큼 왜 반복구매를 안하는지, 유통상 어떤 장애요소가 있는지를 규명하기 위하여 소비자의 구매 행동이 어떤 과정을 거쳐 나타나며 계산물 판매처 위치와 모양, 계산물 진열 방법이 구매 행동에 어떻게 영향을 미치는지를 알아낸다면 소비자가 계산물을 반복적으로 기꺼이 구매할 수 있는 방안을 찾아낼 수 있을 것이다.

산지가격 기준으로 계산물의 연간 매출액은 8,000억 이상으로 추정된다. 물론 생산자에 의한 직판장 개설이 가속화된다면 매

출액은 더욱 늘어날 것이다. 따라서 산업자체적으로 그러한 조사 연구기관을 설립·운영하는 것이 그렇게 어려운 문제만은 아니라고 생각된다. 기존의 유통업자를 활용하여 최종 소비자의 구매여건을 개선하고 욕구를 충족시켜야 할 것이다. 따라서 그들이 원하고 필요로 하는 것이 무엇인지를 알아내어 도와줄 수 있는 방법을 찾아야 할 것이다.

계산물에 대한 소비자의 보다 우호적인 이미지 포지셔닝을 위하여 산업차원의 촉진전략을 수립, 전개하여야 함이 옳다고 본다. TV광고는 매우 강력하여 비용에 대한 충분한 보상을 보장할 것이다. 전문가들이 이 일을 도와줄 것이다.

수출에 관심이 있다면 목표시

장에 무역사무소 성격의 전진기지를 즉각 설치하여 전문가를 상주시킴과 동시에 현지인을 고용, 공격적인 노력을 배가하여야 할 것이다. 모든 여건이 갖추어진 후에 시작하려 한다면 이익보다는 손실이 클 것이다. 이러한 모든 일은 시간과 인력과 비용을 수반한다.

그 역할에 양계인 스스로가 앞장서야 할 것이며 조직과 강력한 지도자가 있다면 보다 효과적으로 추진할 수 있을 것이다.

수입개방과 관련하여 업계 전체가 이룩한 그간의 성과에 거듭 찬사를 보내며 나와 나의 가족들은 가능한한 수입상품을 사용하지 않으려고 노력하고자 한다.

양계