

양돈산업의 세계화 대응

- 3 I체계를 조속히 완결해야 -



박영인 회장
(USFGC 한국지부)

한국양돈산업은 바야흐로 세계시장을 향하여 발걸음을 재촉하고 있다. 이 원고를 쓰고 있는 오늘이 7월 1일인데 앞으로 1년이면 돈육의 수입개방이 완전자유화 된다. BOP 졸업이후 그렇게도 많은 사람들의 입에 오르내리던 돈육시장의 세계화가 이제 눈앞의 일로 다가오고 있는 것이다.

양돈산업의 세계화에 대응하기 위해 지난날 숏한 논의를 해 왔고 여러 방안도 찾았으며 일부는 실천에 옮기기까지 하였다. 그러나 1년을 남기고 있는 지금, 이대로 가면, 즉 공해와 안전대책, 그리고 단지조성에 수천 억을 계속 투입하기만 하면, 과연 세계시장에서 충분히 경쟁할 만한가.

또 그 동안 생돈 값이 비교적 좋았고 MMA 물량이 수입되어도 큰 타격이 없을 뿐 아니라 대일 수출도 호조를 보이고 있으니, 이만하면 양돈산업은 건디어 낼 것 같은가, 아니면 이는 일시적인 현상이고 내년 하반기 이후에는 양돈산업이 세계 경쟁에서 점차 밀리기 시작하여 언젠가는 그 싹땅을 잃게 될 것인가, 등등 자못 궁극한 과제들이 많기도 하다.

필자는 우선 한국양돈산업의 앞날에 대해 비판도 낙관도 할 필요가 없다는 생각을 해 본다.

이제까지의 산업화과정에서 경험했듯이 양돈산업 각 부문은 앞으로도 희비가 서로 엇갈릴 것이기 때문이다.

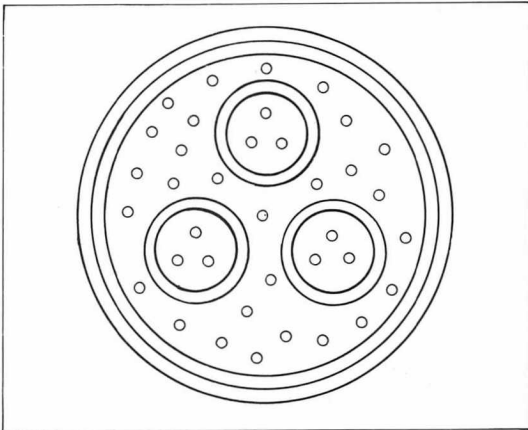
양돈산업을 구성하고 있는 개별, 통합, 산업의 세 부문(단계) 가운데 개별과 통합부문은 지속적으로 부침할 것이나 산업으로써의 양돈부문은 영속할 것이다. 다만 양돈산업의 총체적 규모가 지금까지 처럼 계속 확대할 것이나, 아니면 상대적으로 위축할 것이나 불확실할 뿐이다. 어느 경우이든 면화나 소맥산업과 같이 양돈산업이 사라져 가는 일은 없을 것이다.

◇ 3 I 개념을 확실히 알자

오늘날의 양돈부문은 하나(개별)와 여럿(통합)과 모두(산업)로 구성되어 있음을 정확히 알아야 한다. 누군가가 농장에서 날돼지(생돈, hog)를 키우고 그 생돈을 도축, 가공하여 돼지고기(돈육, pork)의 형태로 소비자에게 전달해 주어야 하는 바, 이 과정에는 농장생산(1차 산업), 공장가공(2차 산업), 시장유통(3차 산업)의 기능수행이 필수적이다. 이들 농장, 공장, 시장의 삼장기능(三場機能)은 개별(하나)로 또는 통합(여럿)하여 수행

되고 마침내 산업(모두)을 형성한다.

여기서 3I의 개념은 확실해 진다. 3I란 첫 단계인 개별(individual), 둘째 단계인 통합(integration), 셋째 단계인 산업(industry/international)을 일컫는 세 영어 단어의 첫자 I(아이)를 모아 "3I"라 약칭한 것이다. 다시 말하면 양돈산업의 바탕은 개별 경영이나 경영효율과 경쟁력을 높이기 위해 서로 힘을 모아(수평통합) 공동경영(수직통합/三場統合)하고 이들 개별과 통합이 전국적으로 하나의 산업을 구성하여(그림 참조) 국제적인 경쟁의 단위가 된다는 개념이다.



- 첫째 I/Individual(개별)
- ◎ 둘째 I/Integration(통합)
- ◎ 셋째 I/Industry - International(산업)

세계 시장체제에서는 국가별 산업의 경쟁능력이 중요하다. 그러하기 위해 산업을 형성하는 개별 및 통합단계의 경쟁능력이 향상되어야 한다. 이들 첫째, 둘째 I는 국내시장에서 서로 경쟁하게 되고 거기서 이긴 개별, 통합경영체가 산업/국제 경쟁력을 결정해준다. 따라서 한국의 돈육이 수출될 수 있으려면, 첫째 개별경영의 생산성을 제고하던가, 둘째 통합경영의 경영효율을 극대화하여 셋째 산업단계에서 한국돈육의 국제경쟁력을 확보해야 한다.

이와 같이 3I체제가 삼장통합과 함께 균형적으로 구축되어야 한국의 돈육산업(pork industry)은 국제경쟁에서 이겨 발전을 지속하게 될 것이다.

◇ 개별경영은 경쟁력의 기초단위이다.

시장경제는 첫째 I인 개별경영(individual operation)을 바탕으로 발전한다. 양돈산업의 경우 돈육관련 농장, 공장, 시장의 각 단계기능이 개별경영에 의하여 분리 수행되는 것이 일반적이다. 농장의 사육기능, 공장의 도축/가공기능, 시장의 유통/수출입 기능은 개별경영체가 맡는다. 종축, 사료,약품, 기자재의 공급과 농장경영을 개인이나 법인이체가 독자적으로 운영하는 형태이다. 사육 이후의 가공, 유통경영도 마찬가지이다.

개별경영은 이윤추구를 목적으로 하여 기술과 경제의 효율을 높이는데 모든 힘을 쏟는다. 농장, 사료공장, 가공공장, 유통시장 할 것 없이 개별경영의 생산성 향상에 최선을 다한다. 이것이 자본주의 체제하에서 양돈산업이 성장, 발전하는 전통적인 기본원리인 것이다.

이처럼 개별경영은 각자가 별도의 경영단위로 생산성과 경쟁력의 극대화를 꾀하게 된다. 그리고 각 부문별로 국내시장에서 경쟁하여 탈락과 잔존의 냉혹한 심판을 받는다. 그 동안 수많은 영세양돈이 자취를 감춘 것도 경영측면에서 보면 개별 양돈인 끼리의 경쟁에서 패배한 때문이다. 사육에서 소비에 이르기까지 이러한 경쟁의 논리는 그대로 통용되고 있다.

그런데 첫째 I의 개별경영에서는 농장, 공장, 시장이 따로따로 기능을 수행하게 되어 소비자가 가격은 눈사람같이 붙어 높게 되고 품질은 제각각이며 소비자 서비스는 단편적일 수밖에 없다. 최종 소비단계를 제외하고는 각자가 맡은 기능에만 전념하고 이익을 극대화하면 그만이기 때

문이다. 따라서 삼장기능은 최종소비자 지향적인 통합관리가 필요하게 된다.

◇ 삼장통합은 세계의 소비자를 지향한다.

둘째 I는 첫째 I가 집중하여 소비자를 지향하는 공동 경영체계이다. 양돈산업의 세계화는 국내 소비자 뿐 아니라 세계 소비자 지향을 강요하고 가격, 품질, 위생, 안전 및 소비자서비스를 경쟁의 기축으로 한다. 개별경영체가 독자적으로 이에 대응하기란 규모나 경영면에서 그리 쉽지 않다. 그래서 소비자 지향적으로 삼장통합을 획책하게 된다.

딴말로 표현하면 육종을 위한 육종이 아니라 소비자 기호 적응을 목표로 하는 육종, 사육을 위한 사육이 아니라 소비자가 기호하는 품질의 생돈생산을 위한 사육, 가공을 위한 가공이 아니라 소비자가 원하는 돈육생산을 위한 가공 등등 모든 단계의 기능이 소비자 지향적으로 단일관리 될 때 비용의 절감, 품질과 위생의 향상, 소비자의 최대 서비스를 기대할 수 있게 된다.

삼장통합은 개별경영을 통합경영으로 단일화 하는 경영혁신(business reengineering)이라 할 수 있다. 개별경영을 골격으로 하는 종래의 경영자 지향 체계를 소비자 지향체계로 뜯어고치는 것이다. 이렇게 하면 규모의 경제, 이윤의 단일화(single profit center), 판매비용의 배제, 세금의 절약, 최종상품의 단일 상표화 등의 이점을 살려 30% 정도의 비용절감과 소비자 만족에 의해 국제경쟁력을 제고시킬 수 있다.

첫째 I를 둘째 I로 규모 확대하여 1, 2, 3차산업 기능을 일관 경영하기 위한 사육자의 경제조직이 바로 협동조합이다. 양돈협동조합은 돈육관련 개별경영을 삼장통합경영으로 리엔지니어링한 둘째 I의 경영체계라 할 수 있다. 협업이나 단지조성도 물론 협동통합의 범주에 속한다.

또 이윤추구 목적의 기업이 주도하여 통합경영체를 만들고 개별경영체끼리 여러 형태의 컨소시엄도 형성할 수 있다. 경쟁력 있는 경영체를 구축하기 위하여 둘째 I는 다각도에서 시도된다.

◇ 산업차원의 경쟁력을 제고해야 한다.

국내경쟁은 첫째 I와 둘째 I의 경쟁관계이다. 첫째 I끼리, 둘째 I끼리, 또는 첫째 I와 둘째 I사이에서 경쟁하게 된다. 앞에서 본바와 같이 둘째 I는 첫째 I의 경쟁력을 크게 하기 위해 여러 개의 첫째 I가 뭉친 것이다.

그러나 세계화 체제의 국제경쟁은 셋째 I의 국가산업 차원에서 이루어진다. 시장이 일단 완전 개방되면 셋째 I인 양돈산업 전체의 경쟁력이 중요하다. 첫째 I, 둘째 I 중에서 효율이 높은 경영체가 바로 한국양돈산업의 경쟁력으로 대표하게 된다. 따라서 경쟁력이 낮은 첫째 I, 둘째 I는 경쟁력 순서대로 탈락하지 않을 수 없다. 먼저 국내시장에서 밀려나고 다음에 국제시장에서 산업의 입지를 약하게 만들어 경쟁력을 잃게 된다.

셋째 I의 경쟁력을 높이기 위하여 첫째 I, 둘째 I관계는 리엔지니어링되어야 한다. 그렇지 않고 종전대로 첫째 I만 고집하다가 국내외적으로 궁지에 몰리 것이 뻔하다. 그래서 둘째 I로 과감하게 통합하여 셋째 I의 산업을 강화할 필요가 있다.

한국양돈산업의 현주소는 일본보다는 그런대로 가격 경쟁력이 있고 주요 대일 수출국보다는 불리한 입장인 것 같다. 그러므로 국내시장을 지키거나 일본수출을 늘리려면 대일 수출국들과 경쟁하지 않을 수 없다. 첫째 I→둘째 I→셋째 I를 지향하여 대외 경쟁력을 키우지 않는 한 셋째 I→둘째 I→첫째 I의 역반응적인 모든 I의 퇴락이 불가피하게 될 것이다. 제품 차별화에 의하여 틈새 시장이라도 확보해야 한다.

한국양돈산업은 세계화 추세에 대응하기 위해 온갖 노력을 다하고 있다. 국가간의 장벽을 허물고 WTO체제로 개편하는데 대한 시대적응적인 자구책을 찾고 있는 것이다. 세계산업의 일환으로 살아남기 위한 한국산업의 몸부림이라 할 수 있다.

본고에서는 3I체계의 조속한 완결과제를 살펴 보았다. 그 동안 부문별로 짜깁기 해오던 방식이 아니라 부문간을 완전통합하는 리엔지니어링을 다시금 역설한 것이다. 이것이 바로 국내시장에서 첫째 I와 둘째 I가 공존, 경쟁하고 국제시장에

서 셋째 I단위의 경쟁력을 강화하는 대응전략이기 때문이다.

양돈산업의 세계화에서는 첫째 I와 둘째 I의 경영효율을 극대화하여 셋째 I의 국제경쟁력을 키워야 한다. 이러한 총체적인 산업구조와 기능의 종합조정에서, 양돈관련 개별 및 통합경영자, 협동조합, 협회, 학계 및 연구계, 언론, 행정 및 입법부는 다함께 공동 노력해야 함은 물론이다. 그래서 양돈산업이라는 배가 침몰하지 않고 계속 항진할 수 있게 해야 한다.

동·물·약·품·도·매·전·문

국내외
약품연구비
완전추진

정직과 신용으로 달려온 외길 40년
21세기를 고객과 함께 열어갑니다.

유통의 KNOW HOW를 가진 (주)협성가축약품이 귀사의 적정재고를 유지시켜 주며 필요한 약품과 정보를 가장 빠른 시간에 최소의 비용으로 공급하여 귀하의 사업을 성공으로 인도합니다.



— 동물약품도매전문
(주)협성가축약품

- 주소 : 서울시 동대문구 제기동 287-31
- 본사 : 967-8779/964-4870
- 청량리영업소 : 965-9778
- FAX : 960-1894