

# 향후 양돈산업 전망과 대책

**최** 근의 신문, 텔레비전을 보면 거의 모든 주요기사는 경제적인 상황의 보도일 것이다.

외평채의 가격이 하락하여 인도네시아의 수준과 비슷하다는 일반 사람이 잘 알지 못하는 기사가 연일 지면을 메우고 있고, 재벌간의 빅딜이 추진되고 있는 기사(외국의 경우 빅딜이란 기업이 서로 회사를 사고 파는 행위를 말하는데 우리의 경우는 주로 통합하는 형태이다)와 외자유치에 성공한 기업을 크게 보도하여 찬양하는 기사, 정리해고를 통한 기업의 구조조정에 관한 기사, 외국인이 상반기 동안 51개의 국내기업을 인수하고 이에 따른 외국자본이 25억 달러(약 3조 4천억원)에 이른다는 기사 등 기업경제 상황에 대한 기사와 어떤 경제 전문가의 조언, 우리나라가 IMF를 졸업하기까지는 최소한



박 성 완 대표이사  
(주)다비인티

우선 양돈장에서도 일반 경영기법 실천의 기본방식인 PDCA해결방식(Plan-정확한 분석, 치밀한 계획, Do-합리적 실행계획, Check-실행중 점검과 평가, Action-과감한 실천과 운영)이 양돈 산업에 필요하다고 본다.

10년 이상이 걸린다는 가슴이 답답해지게 하는 발언과 최근의 국가경제가 인플레이션보다 더 심각한 디플레이션, 즉 대공황기에 접어들고 있다는 가슴이 섬뜩한 기사를 거침없이 내보내고 있다.

대기업의 구조조정 및 통합을 통한 정리해고와 사업 구조개선작업의 강도 높은 시행과 이에 맞서는 노사간의 갈등대립, 관련기업의 연쇄부도로 인한 대량 실직 이에 따른 소비위축으로 생산량 감소 및 축소에도 불구하고 실물 경제의 위축, 연이은 생산성 저하와 채산성 악화로 기업의 경쟁력 상실 등 악순환의 고리가 연이어 맞물려 모든 국내의 생산과 소비활동을 위축시키는 상황에 이르고 있다.

양돈 산업도 별다른 것이 없

다. 국내의 축산업중 가장 국제 경쟁력이 높다는 양돈산업이지만, 최근 4~5년간의 정책자금 유입에 따른 과도한 시설투자, 규모확대에만 치우치다보니 사육규모의 확대에 따른 과잉생산과 IMF한파와 겹치며 우리의 양돈산업도 위에 언급한 일반 기업과 마찬가지로 매우 어려운 지경에 이르렀다.

그러나 자세히 보면 그리 어두운 기사만 있는 것은 아니다. 이번 수해로 인한 양돈산업의 피해에도 불구하고 각지에서 쇠도하고 있는 수재의연금과, 나름대로의 알찬 성공을 거두고 있는 기업인, 양돈인도 많다. 이 시점에서 우리의 양돈산업도 일반 기업의 경영기법을 도입, 운영하는 지혜가 필요하며 지금부터라도 선진 경영기법을 과감히 도입하여 운영하는 적극적인 자세가 절실히 요구된다. 우선 어디서 부터 시작하고 무엇을 어떻게 언제 도입해야 하는지는 각자의 상황과 여건에 따라 조금은 다르겠지만 기본적인 것은 크게 다를것이 없다.

우선 양돈장에서도 일반 경영기법 실천의 기본방식인 PDCA해결방식(Plan-정확한 분석, 치밀한 계획, Do-합리적 실행계획, Check-실행중 점검과 평가, Action-과감한 실천과 운영)이 양돈 산업에 필요하다고 본다.

## 1. 향후 양돈산업의 전망

최근의 양돈업의 전망을 예측할 수 있는 기준들에 대한 분석자료가 다양하고 폭넓게 나오고 있으며 어떤 양돈장은 나름대로의 고유한 분석방법을 통해 대책을 수립하고 있다.

98년 9월초까지 수집된 정보만을 근거로 예측할 때 작년 11월 부터 시작되는 모돈의 지속적인 감소(전년비, 전월비 공히 98년 7월까지 감소추세이며, 8월부터는 주춤하다)현상으로 보면 '99년 3, 4월 이후는 돈가가 상승으로 돌아설 것이며, 최근의 육성, 비육돈 사료생산량을 보면 전년보다는 생산량이 증가하고 있으나 금년 들어서 전월비 계속 적은 양을 생산, 따라서 향후 5~6개월간은 출하두수가 충분하지만 그 이후 출하두수가 감소하여 시장수요에 못미칠 가능성이 높다, 그리하여 돈가는 회복세로 접어들 것이라는 일반적인 예측이 나오고 있는 상황이다.

그러나 돈육의 수입상황이 변화가 무쌍하고 소비 예측이 어두우며, 최근 소고기의 무차별한 저가세일, 외국, 특히 미국, 유럽의 돈가가 국내에 미치는 영향 등을 고려할 때 아무도 미래의 돈가를 정확히 예측하기란 어렵다. 여기에 환율, 외환사정 등을 고려해야 하는 복합적인 상황을 고려해야 하니 더

더욱 불확실 하다.

한예로 돈육의 수입상황을 보면, 국내의 소비자조로 국내 돈가가 저조한 것 이외에 환율의 불안으로 수입업체의 수입기피라는 실정임에도 7월의 수입량이 약 1만7천톤 정도 된다고 한다. 올해의 1월부터 6월까지의 6개월간 돈육 총수입량이 22,558톤임을 감안하면 상당히 많은량이 수입된 것이다. 이와 함께 우리양돈산업 호황에 막대한 영향을 미친 일본이 최근 소비부진에 따라 돈가가 급속히 하락하여 우리의 수출에 먹구름을 드리우고 있고, 미국, 서유럽의 돈가도 지속적인 약세로 우리나라에 대한 공세가 더욱 심해질 것으로 보인다.

이러한 상황을 놓고 예측할 때 우리의 양돈산업의 앞날은 예측하기가 매우 어렵다고 볼 수 있다.

다만, D유통의 경우에서처럼 폭넓고 지속적인 시장개발과 철저한 품질관리(종돈통일, 사양통일, 철저한 출하돈 품질관리)로 지육 형태의 일본수출을 일구어낸 쾌거도 있으니 돈가에 기대어 우리의 양돈산업을 맡기는 자세보다는 우리가 스스로 개척하고 경쟁력을 만드는 자세가 더욱 요구되는 현실은 양돈인의 한 사람으로 강한 의지를 요구하고 필요로 한다.

## 2. 생존대책

각자의 현실과 여건을 감안하여 생존전략을 수립하는 것이 필요하나 여기서는 이미 시행하고 있는 사례를 들어 기술하고자 한다.

### 가. 양돈농가의 이익요인 분석과 이익증대책(그림1)

#### 나. 계획적인 자금계획 수립

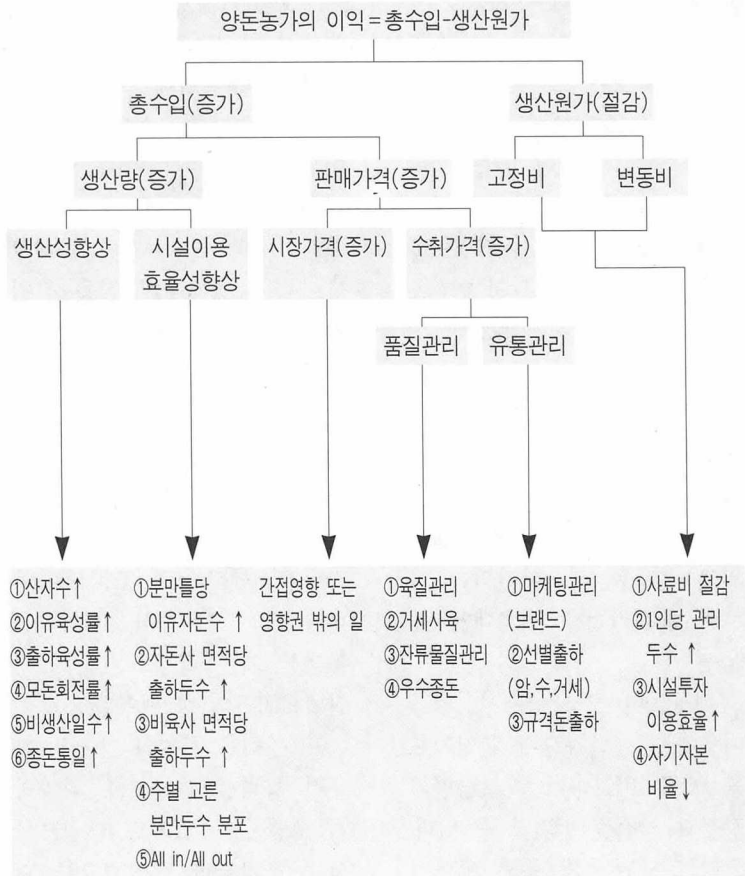
IMF시대에 확실한 것이 있다면 자금의 외부유입이 매우 어렵다는 점이다.

사료를 포함하여 주요 생산 투입재를 현찰로 구입하는 경우가 많으며 외상이 가능하다 하여도 언제 어느때 현찰을 요구할 지도 모른다. 작년말에 이미 홍역을 치루었기에 치밀하고 여유있는 자금확보와 지출 계획 수립이 절실히 요구된다. 가능한 한 불필요한 지출은 삼가고 만일의 경우를 대비하여 현금을 최대한 확보하는 즉 충분한 유동성 확보가 요구된다.

가능하면 1.5개월 분의 유지비(사료, 인건비, 약품비, 전기세 등)를 확보하면 더욱 좋다

이외에도 많은 대책이 있겠으나 생략하고 위의 단기대책과 함께 앞으로 우리의 양돈산업을 경쟁력을 보유한 산업으로 유지하기 위하여 적용해야 할 중, 장기전략으로는 아래의

〈그림1〉 양돈농가의 이익요인분석과 이익증대책



방법이 요구된다.

### 다. 양돈 생산자의 네트워킹(NET-WORKING)방식 도입

네트워킹이란 새로운 개념은 아니다. 이미 국내에서도 양돈단지, 협동조합, 작목반이란 형태로 행하여져 오고 있다. 여기에서 언급할 네트워킹이란 둘, 또는 그 이상이 협력하여 혼자서는 이루기 어려운 개인 또는 그룹의 목표를 달성하는 방법

또는 과정이라 말할 수 있다. 종전까지는 이를 협동(cooperating)이라 하였으나 양돈농가가 협동조합이 돼지를 사육하는 것을 원하지 않았기 때문에 네트워킹이란 말을 사용하게 되었다.

미국에서 네트워킹은 1960년대에 다른업종에서 생겨나서 1980년대까지 널리 산업 전반에 걸쳐 사용되었으며, 예를 들면 자동차 제조회사가 차공장장을 직접 운영하지 않고 유리회사

와 네트워크로 정보를 공유하고 기술을 개발하여 차창을 생산하게 하여 원가 및 생산성을 향상시킨 것이 그 예이다. 네트워크의 형태는 무수히 많으나 양돈경영에 도움이 되는 범주인 정보 네트워크, 마케팅 네트워크, 그리고 생산 네트워크에 대해 간략히 설명하고자 한다.

### 1) 정보 네트워크(Information Network)

양돈산업도 정보의 시대에 진입했다. 정보에 밝아야 함은 물론 그 정보를 효과적으로 이용할 수 있어야 한다. 정보 네트워크는 동료 생산자간의 관심사와 최신기법을 서로에게 배울 수 있다.

예를들어 경영기록 시스템을 이용하는 생산자간에 경영지표를 서로 비교하여 자기경영의 강점과 약점을 발견할 수 있다. 그리고는 서로를 통해 아이디어를 교환, 효율적으로 도입·사용할 수 있게되는 장점이 있다. 비육돈판매의 기록을 나누는 것이 그 예이다.

### 2) 마케팅 네트워크(Marketing Networking)

이 방법은 형식보다는 적극적인 참여가 필수적이다. 양돈업에서는 사료, 약품, 기자재 등의 투입자재를 공동구매와 비육돈의 판매 네트워크등으로 구분된다. 이에 대한 효과는 자세히 기술 안해도 노력하는 양돈인은 그 효과에 대해 익히 알

고 있기에 추가 설명은 생략한다. 다만, 마케팅 네트워크가 회원에게 보다 높은 이익을 궁극적으로 주기위해서는 회원의 협력이 절대적으로 필요하다. 어느 회원이 한 주에는 공동출하에 참여하고 다음 주에는 개별적인 출하를 한다면 주체그룹이 도축업자에게 신용을 잃게된다. 현대 상거래에 가장 필요한 곳은 신용이다.

### 3) 생산 네트워크(Production Network)

위의 네트워크는 굳이 정식으로 조직할 필요는 없으나 이 경우는 정식으로 조직되어야 한다. 협동 모돈증식, 자돈의 공동생산, 자돈 집단육성 등이 생산네트워크의 한 예이다.

이 방식은 회원의 기술적, 자본적 능력을 기본으로 다양하게 운영될 수 있으며, 개인으로서는 불가능한 생산기술을 효과적으로 이용할 수 있게 해준다. 3-site사육, 올인-올아웃 등의 생산시스템 이용이 그 예이다. 수익성을 더 높일 수 있더라도 참여하는 회원의 관점에서 이해하고 평가하는 것이 중요하다.

요약하면, 생산자의 네트워크에 참여는 ①검정된 생산기술을 이용할 수 있음으로 앞선 기술을 용이하게 도입할 수 있으며, ②대규모 경영을 통한 비용절감이 가능하며, ③품질향상과 다양한 판로를 확보하여 수익

을 증대시키며 ④생산, 유통, 정보시스템을 폭넓게 이용하여 경영기술을 유리하게 확보할 수 있다는 잇점이 있으나 한계 사항도 있다. 이는 ㉠회원간의 결의가 굳어야하며 약속이행을 반드시 지켜야 하며 ㉡잘되고 안되고의 결과에 대해 공동책임이 있다. 이는 임무를 맡아 들었으면 그 결과도 받아야 한다. ㉢대부분의 네트워크가 비공식, 친목형태로 운영되고 있으나, 거래의 양과 종류가 다양, 복잡해짐에 따라 엄격한 통제와 형식을 갖추는 과정이 필요하며 한 사람이상이 관여하기에 공식적인 회합이나 정보 교환방법이 요구된다

앞으로의 양돈산업의 변화에 대하여 그 누구도 자신있게 미래를 예측하기란 쉽지가 않을 것이다.

현재의 위치에서 상황을 냉정히 분석할 수 있고 그에 대한 신속하고 과감한 계획을 수립하고, 실행에 옮기는 양돈인만이 불확실한 미래의 양돈산업에서 확실한 생존전략을 보유하여 끝까지 남을수 있는 양돈인이 될 것이며, 바라건데 많은 수의 양돈인 또는 생산자 네트워크조직이 지속적인 성공과 발전을 이루기를 희망한다. **養豚**