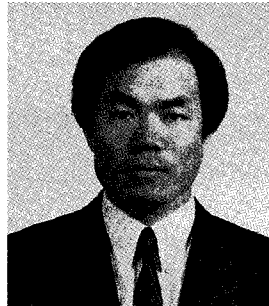


낙농자조금은 낙농불황 타개를 위해 낙농가 스스로 기금을 조성하여 우수소비를 홍보키 위함이다



김인식
본회 전무 이사

낙농불황의 심각성

우리 낙농업이 사상최악의 사태를 맞고 있다. 연일 대책논의가 반복되지만 우유는 분유로 썬여가고 위기를 우려하는 소리는 높아간다. 1만6천톤의 분유재고에도 곧 닥칠 여름방학으로 학교급식이 중단되어 재고는 더욱 적체될 것이고 심각성은 팽창될 것이다. 거기에서 소값마저 폭락하여 송아지를 아예 내다 버리는 웃지못할 진풍경이 연출되고 있다. 더욱이 한우 수매가 곧 중단되면 예측키 어려운 소값 향방 때문에 육우나 젖소값은 회복될 전망이 불투명하고 보면 가능성이 엿보이는 기미를 찾기 어렵다.

그러니 우리 낙농가들의 경제적 어려움이나 정신적 고통은 말로 다 표현키 어려울 지경이다. 유질개선비 등 원유대 이외의 지원비는 고사하고 유대마저 중단된 업체가 있는가 하면 유대 일부를 분유로 지급

받거나 아예 분유 지급비율을 낙농가와 계약한 업체도 있고, 집유량 자체를 제한한 업체도 있다. 외형상 드러난 예 이외에도 갖가지 불이익을 감수해야 하는 형편이어서 사실상 포기직전의 분위기라는 것이 적절한 표현이 아닐까 한다.

사태가 악화되면서 우리 낙농가들의 실의에 젖은 목소리도 다양하게 분출되고 있다. 회비를 받아 운영하는 협회가 도대체 무슨일을 하느냐는 질타가 있는가 하면, 정부는 뭘 하고 있는지 통탄하는 소리도 있고, 유업체의 횡포를 비난하는 원망도 끊이지 않고 있다. 농가의 권익대변을 자처하는 협회로서 지금처럼 난감한 입장도 유례가 없었을 것이다. 차라리 돌파구라도 있다면 물리적인 작용을 일으켜서라도 해결하고 싶지만 그럴수도 없는 형편이어서 더욱 난감할 뿐이다.

지금의 낙농불황은 나라 경제 전

반의 어려움에서 비롯된 것이기에 우리 소 산업에만 국한시켜 소리치기도 어렵고, 해결의 열쇠가 돈이고 보면 바다난 재정 때문에 예산확보 역시 예전같지 않음은 물론이다.

그동안 우유 수급안정을 위해 업계나 정부가 나름대로 노력하고 있는 것은 사실이다. 정부는 각종 소비촉진행사를 주도하고 소비 확대 분위기를 조성하는데 주력하고 있다.

농림부 장관이 직접 나서서 농소상징 결의대회를 주도하는가 하면 소비홍보 전단을 전국에 배부하고 젖소도태 유도와 소비확대 방안 모색에 골몰하고 있다. 소비자의 여론을 받아들여 우유제품 가격인하도 추진하고 있다. 협회도 나서서 자발적인 도태유도와 우수소비 홍보활동에 매진하고 있다. 그러나 쉽게 풀리지 않고 있고 앞으로도 간단하게 해소될 문제가 아니라는데 심각

성이 있다. 캠페인행사나 호소 정도의 처방으로서 우유 소비확대와 연결짓기 어렵다는 판단 때문이다.

우유가 남아도는 원인은 대개 두 가지 요인으로 분석되고 있다. IMF 사태에 따른 경기부진으로 소비가 감소된 것이 그 하나이고, 올 1월의 원유가 인상에 따른 제품가 인상이 또다른 요인으로 꼽힌다. 갑작스런 경제한파는 우유뿐만 아니라 축산물 전반의 소비감소를 야기시켰고, 가정에서 주부들의 소비절약 품목에 우유가 단연 빠지지 않았다.

또 대다수의 상품판매 전략이 값싸게 할인하여 소비자의 구매 심리를 자극시키고 있는데 반해 우유는 오히려 가격을 올려 화를 자초했다는 비난도 있다. 낙농의 속사정을 모르는 외부의 비판이어서 답답하지 않을 수 없다. 사료비 등 구입원자재 가격이 폭등하여 원유가 인상은 불가피했고, 따라서 제품가 인상이 동반되지 않을 수 없었다. 우유를 사먹는 소비자 입장에서 낙농사정을 이해하려 들지 않은 점에 주목할 수 밖에 없다.

우유가 팔리지 않기 때문에 생겨난 문제이기에 수급안정을 위해 안간힘을 쏟고 있다. 젖소 도태를 통해 원유생산 감축을 하는 동시에 소비자들이 우유를 더 사먹도록 소비확대를 꾀하는 대책이 그것이다. 다이는 뻔한 대책임에도 불구하고 잘되지 않는 것이 사실이다.

젖소 도태를 유도하기 위해 도태농가에 대해 차별적인 혜택을 선사하겠다는 것이며 각종 소비홍보 활동이 전개 되는 등의 노력들은 전국

**김성훈 농림부장관이 참석한 가운데
서울 가동초등학교에서 낙농가대표, 소비자단체대표,
유업계대표, 정부대표 등 농소상정 대표의
우유소비확대 캠페인 공개 행사장에서
김영진 한국유가공협회장은 분명히 약속을 하였다.
낙농가가 자조금을 조성한 만큼 유업계도 동참하여
소비편측에 나서겠다는 약속을 공개리에 공언한 바 있다.
정부의 자조금 50%지원은 이에 앞서 자조금을 시행하고
있는 양돈이나 양계분야에서 이루어지고 있다.**

각지에서 벌어지고 있다. 부분적인 성과가 없는 것은 아니지만 침체 국면을 전환시킬 소비확대는 나타나지 않고 있다.

이에 정부에서는 소비자들의 요구에 따라 원유가 인하를 통해 소비자가격인하를 단행함으로써 소비확대의 계기로 삼고자 우리 낙농가의 원유대를 현행에서 약 5%이상 인하할 방침을 제시한 바 있다. 지금의 이 어려운 상황에서 kg당 약 30원 정도의 원유가를 낮춘다면 과연 버텨낼 낙농가가 얼마나 될지 의문이고, 경제 형편상 만약 원유가가 인하된다면 다시 인상시키기는 거의 불가능하게 될것은 뻔한 일이 아닐 수 없다.

이에 협회에서는 긴급 이사회를 개최하여 원유가 인하 불가방침을 강력히 천명하는 동시에 우유소비홍보에 적극 동참하기 위해 낙농가 스스로 자조금 조성과 젖소도태에 앞장설 것을 결의하게 되었다. kg당 30원 인하를 목인하는 것이나

5원씩 3개월간의 자조금을 조성하여 소비홍보를 할 것이냐는 것은 굳이 묻지 않아도 나올 수 있는 답변일 것으로 본다.

물론 일부에서는 협회가 올 1월부터 원유가를 18.4% 인상 시켰지만 유질개선비 중단등으로 실질적인 혜택은 받지 못하고 있음을 불평하고 있음도 잘 알고 있다. 그러나 그때 원유가를 인상시키지 않았다고 하여 지금 유질개선비 등 지원혜택을 계속 받을 것으로 기대하는 것도 착각일 것이다. 원유대만은 그래도 행정통계 가격이고 좋은 싫든 낙농가에게 치루어야 할 가격이기 때문에 그나마 받을 수 있게 됨을 이해해야 할 것이다.

물론 오죽이나 어려우면 푸념으로 원유대 마저 거론할까 하며 충분히 이해는 하고 있다. 원유가격이 낮아진 폭만큼 소비자가격이 내린다는 보장도 없거니와, 소비자가격이 인하되지 않았을때 다시 원유대를 원상회복 시킨다는 보장은 더욱

없기에 협회 긴급 이사회에서는 원유가 인하 대신에 자조금을 선택하게 된 것이다.

낙농자조금 시급하다.

협회가 자조금을 선택하게 된 이유는 크게 두 가지 목적이 있다. 첫째는 우유소비 확대를 통해 불황 탈출 국면을 찾자는 것이고, 둘째는 정부의 원유가 인하방침을 대처하는 것이다.

우유소비 확대의 필요성은 재론의 여지가 있을 수 없다. 다만 낙농가가 조성한 자조금으로 침체국면을 전환시킬 수 있는냐는 의문을 제기하는 것도 알고 있다. 유업체들이 연간 수백억원의 광고선전비를 투자하고 있음에도 이런 지경인데 협회가 불과 수억원 내지 수십억원정도로 어떻게 소비확대를 꾀할 수 있을 것인가라는 편견이 그것이다. 그러나 유업체의 판촉광고는 자사제품 선전에만 열중하고 있지 우유의 본질적인 홍보에는 외면하고 있다. 공동광고를 통해 국민들에게 우유의 우수성을 선전하고 왜 우유를 마셔야 하는지의 근본적인 판촉전략은 없었음을 이해해야 한다. 나날이 우수한 우유를 생산하고 있고 위생적이고 신선한 우리 우유의 가치를 소비자에게 이해시키는 광고는 지금이야말로 시급한 것이다.

물론 유업계 내부의 속사정도 이해해야 한다. 협동조합과 사유업체로 양분되어 있는 구조상의 문제, 업체마다 제품 생산의 차이 등으로 공동광고에 힘을 모으기 어려움이 있음을 인정한다. 그러나 중요한 것은 우리 낙농가들이 자조금을 조성

할 경우 유업체도 낙농가 조성액만큼 동참이 가능하다는 사실이다. 유업계 스스로는 사실상 불가능하지만 낙농가들이 돈을 모아 소비홍보에 앞장서게 되면 유업체도 돈을 내어 공동광고에 나서고, 정부도 자조금 관련법에 따라 절반의 돈을 지원할 수 있어 낙농가와 업계, 정부가 힘을 합할 수 있다는 사실을 알아야 한다.

김성훈 농림부장관이 참석한 가운데 서울 가동초등학교에서 낙농가대표, 소비자단체대표, 유업계대표, 정부대표 등 농소상정 대표의 우유소비확대 캠페인 공개 행사장에서 김영진 한국유가공협회장은 분명히 약속을 하였다. 낙농가가 자조금을 조성한 만큼 유업계도 동참하여 소비판촉에 나서겠다는 약속을 공개리에 공언한 바 있다. 정부의 자조금 50%지원은 이에 앞서 자조금을 시행하고 있는 양돈이나 양계분야에서 이루어지고 있다.

또 하나 정부의 원유가 인하 방침은 분명하다. 농림부는 그래도 낙농가를 권장하는 부처이므로 적절히 이해시킬 수 있을지 모르나 재경부 등 타 경제부처의 입장은 원유가 인하 계획이 단호하다.

협회가 약속한 자조금 사업과 첫 소도태 실적이 미미할 경우 다시금 원유가 인하를 강행하겠다는 입장이다. 일부에서는 왜 협회에서 정부에 밀리느냐는 질책도 있지만 우유가 남아도는 현실을 외면하고서는 어떤 논쟁도 유익하지 않다고 본다. 환율인상으로 모조분유 수입이 주춤해 있지만 방심할 수 없는 입장이고 보면 사면초과가 아닐수 없다.

우유를 많이 사먹도록 활동하는 것은 결국 우리 스스로의 자구대책이라면 조기에 나서야 하는 것이다. 낙농가 스스로 나서서 판촉까지 맡는다면 소비자나 언론 정부 부처내에서 동정심 유발과 동참을 가져올 수 있다. 이미 소비자단체나 영양사협회 등에서 낙농가를 위해서 그리고 국민의 건강을 위해 나서고 있다. 낙농가들의 생존과 직결된 과제인 만큼 낙농가의 자발적인 소비홍보 활동이 시급하다.

낙농가 모두가 동참해야 한다.

지난 6월30일 축산회관에서 각 업체(공장) 및 조합별로 선임된 낙농자조금 추진위원 대회가 열렸고, 자조금관련 계획을 마련하고 결의문을 채택하였다. 낙농의 어려움을 타개하기 위해 협회가 선택한 방안에 대해 이해하고 낙농가 모두가 동참토록 활동할 것을 다짐하는 장이었다. 이날 대회에서는 조속히 자조금이 조성되도록 낙농자조금 추진위원회와 협회 공동명의로 집유차편을 통해 전국 낙농가에 홍보전단을 발송기로 하는 등의 본격적인 활동을 선언한 것이다.

지난 5월11일 협회의 긴급이사회 원유가 인하를 유보시키는 방안으로 자조금을 채택하였고 원유 kg당 5원씩 3개월간 조성하자는 결의가 있었고, 각 업체별 소속낙농가 대표 2명씩의 선임을 요청한 터이므로 대개는 낙농자조금에 대해 이해하고 있는 분위기로 여겨진다. 자조금의 필요성에 대해서는 대부분 공감하면서도 과연 소비확대가 가능해

**낙농자조금은 불황타개를 위해 낙농가 스스로
소비촉진 활동에 동참하는 기금을 조성하는 것이다.
더이상 방치할 경우 농가도산이 분명하다면
하루속히 나서서 자구책을 강구해야 한다.
그래야만 생산의 안정을 가져올 수 있고
정부의 원유가 인하 방침을 철회시킬 수 있다.
좀 부담스럽긴 하지만 1만7천호 모두가
동참한다면 부담도 분산시킬 수 있고 유업체와
정부도 함께 동참케하여 반드시 불황을 극복할 수 있다**

지고 불황타개가 될 수 있을지 여부에는 의문을 갖는 낙농가도 상당한 것으로 짐작된다. 지역성향 혹은 단체 성향 때문에 낙농지도자들이 외면하려는 경향도 있고, 찬성은 하면서도 돈 거출에는 부정적인 반응을 보이는 농가가 있는 것으로도 파악된다. 아직은 홍보가 미흡하므로 협회나 추진위가 나서서 적극 활동해야 하는 과제를 안고 있다.

이날 대회에서는 자조금 사업목적을 신선한 우리 우유의 우수성을 홍보하여 판로를 확대하는 수급안정을 도모하여 낙농가의 권익을 지키자는데 의견을 모으고 위촉장을 수여함으로써 활동을 개시하였는데, 낙농자조금과 관련한 총괄적인 사업계획도 마련하였다. 지속적인 홍보를 위해 전국 낙농가에 홍보문을 보내어 알리되 구체적인 세부 사업계획은 집행위원회를 구성하여 시행하기로 하였다. 집행위원은 각도별 1명(경기4명)과 협회 회장단 및 전무로 구성하되 추후 유업체와 정부가 동참시 각각의 대표도 포함토록

하여 자조금의 관리운영에 관한 업무를 관장케 하였다.

자조금 조성 목표액은 1만7천호 낙농가 모두가 동참하는 것을 목표로 20억원을 조성키로 하고, 낙농가 조성액만큼 유업체가 동참하고, 정부가 50%지원하여 50억원을 달성키로 하였다. 낙농가의 원유대에서 각 유업체별로 kg당 5원씩 3개월간 공제하되 유업체의 적극적인 협조가 있도록 추진위원과 협회 임원이 활동키로 하였다. 공제 방법은 추후 자조금 공제를 위한 공문을 개별 낙농가에 보내 통지하되, 이의자에 한해서는 제외하고 이의신청이 없는 동의자에 대해서만 공제하고, 이의자에 대해서는 추진위원과 협회임원 혹은 지도자들이 나서서 설득하는 방안을 논의하였다.

한 사람의 무임승차자도 없도록 하여 낙농가 전체의 과제인 만큼 모든 낙농가가 동참하자는 결의를 다진 것이다.

낙농가들의 이해를 돕고 충분한 인식을 하도록 홍보기간을 거치되

업체 혹은 조합별로 거출결의가 된 지역은 7월부터라도 시행에 들어갔으면 하는 것이 협회의 바램이다. 가급적 7월부터 조성이 가능해진다면 8월부터는 TV 등 언론매체에 소비광고 등 자조금 사업을 실시할 계획으로 있다. 신선한 우리 우유에 대한 소비자의 새로운 관심을 재고토록 하는 홍보와 국산분유를 원료로 사용토록 하는 재고분유 소진대책이 포함될 것이다. 소비자단체와의 간담회, 판촉전략마련 등 자조금은 소비 홍보에 전적으로 집행될 것이다.

물론 구체적인 집행계획은 추후 각 도별로 집행위원이 선임되면 상세히 마련될 것으로 본다. 자조금의 원조라 할 수 있는 미국의 경우 자조금으로 낙농불황을 타개하고 소비확대를 꾀하는 좋은 사례를 보이고 있다. 우유가 식량으로써 소비량이 거의 고정되어 있음에도 자조금 사업으로 소비홍보를 하게 되면 그만큼의 효과가 나타난다는 것이 입증되고 있다.

낙농자조금은 불황타개를 위해 낙농가 스스로 소비촉진 활동에 동참하는 기금을 조성하는 것이다. 더이상 방치할 경우 농가도산이 분명하다면 하루속히 나서서 자구책을 강구해야 한다. 그래야만 생산의 안정을 가져올 수 있고 정부의 원유가 인하 방침을 철회시킬 수 있다. 좀 부담스럽긴 하지만 1만7천호 모두가 동참한다면 부담도 분산시킬 수 있고 유업체와 정부도 함께 동참케하여 반드시 불황을 극복할 수 있다. ☺