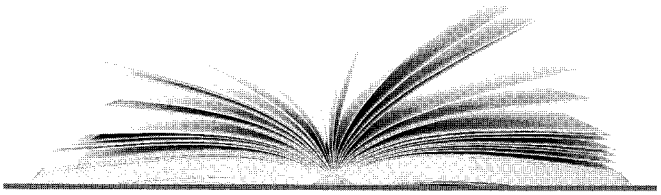
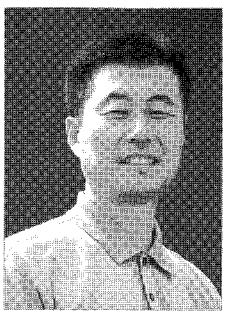
원칙을 지키면 남는 장사가 된다





이 상 배 이사
(주)삼화육종

어려울수록 기본으로 돌아가야 한다는 말이 있다. 모든 생산 분야가 지금 저성장과 경기둔화로 어렵다고 이구동성 하소연을 하고 있다. 이럴 때일수록 원칙을 지키려는 마음가짐이 더 중요함을 깨닫게 된다.

금년 설에 고향집에 내려갔을 때의 일이다. 사방으로 흩어져 살던 가족들이 실로 오랜만에 한자리에 모여 차례를 지내며 그간 각자 살아온 경험을 배경삼아 이야기꽃을 피웠다. 대화의 주제는 세태를 반영하듯 주식과 부동산에 투자하여 돈 줄어든 이야기, 불황의 구조조정에서 살아남는 비결, 아이들 학원 보내는 무용담이었는데, 이번에는 전혀 의외의 질문이 날아들어 필자를 곤혹스럽게 했다. 제수씨가 갑자기 필자를 보며 "요즘 통닭집에 치킨을 시키면 너무 작아서 먹을 것이 없는데 이유가 뭐예요?"하며 양계 분야에 근무하니 그 이유를 잘 알 것 아니냐고 따져 물었다. 갑자기 아파트 값이 반 토막이 났다고 하소연을 하다가 다짜고짜 왜 통닭이 작아진 이유를 필자에게 물었는지 의아했지만 꽤나 재미있는 질문이었다.

물론 어지간한 달변이 아니고서는 그런 갑작스런 질문에 대답한다는 것은 매우 어려운 일임에는 틀림없을 것이다. 양계 분야에서 근무는 하고 있지만 통닭과는 거리가 좀 먼 생산 분야에 있다 보니 유통 부문에서 벌어지는 일들을 안다는 것은 한계가 있었다. 하는 수 없이 "글쎄, 나도 잘 모르겠는데요" 하고 답변하고 말았다.

가끔 퇴근하여 아이들이 좋아하는 통닭을 주문해주기도 했지만 통닭이 왜 갑자기 작아졌는가에 대해서는 관찰해본 적이 없었다. 도계장이나 통닭집에서 근무한 경험이 없어서 왜 통닭의 크기가 작아졌는가에 대해서 알 수가 없었으므로 나중에 교감이 있는 어느 치킨점(프랜차이즈 치킨점이 아닌 개인 운영 치킨집) 아주머니께 물어보았다.

대답은 우리가 생각하는 것 보다 간단했다. 치킨집 통닭은 원래 10호를 써야 박스가 꽉 차서 보기도 좋은데 가끔은 비용을 줄이기 위해서 중량이 적은 8호를 쓰는 곳이 있다고 귀띔해주었다. 주인아주머니의 설명을 들었으나 8호나

10호 같은 닭의 사이즈 용어에 익숙하지 않아 서인지 8호의 크기가 얼마나 되는지, 10호면 얼마나 박스가 차는지 도통 알 수가 없었다.

물론 설명해준 치킨점 주인의 말대로 우리나라 모든 치킨점이 다 그렇지는 않으리라 확신하다. 극히 일부 개인 운영 치킨점에서 임의로 원재료비를 아끼기 위해 중량이 적은 닭을 사용하고 있는 것으로 추측된다. 문제는 우리나라 닭고기 소비의 상당량이 이들 치킨점을 통해 이루어진다는 점이다.

1990년대에 접어들어 닭고기 소비 활성화를 위해 육계업계가 소비홍보사업을 추진했을 때 치킨점에 포스터도 걸고, 3저(低)1고(高)라는 홍보 슬로건을 걸어 소비자를 향해 관심을 갖도록 한 적이 있을 만큼 치킨점의 닭고기 소비 영향이 매우 크다는 점이다. 후라이드건 양념이건 형태의 변화는 있었지만 현재까지도 치킨점이 닭고기 소비의 첨병 역할을 하고 있는 것만은 사실이다.

이렇듯 치킨점을 통한 닭고기 소비가 절대적인 우리나라의 유통과정에서 중량보다 마리의 개념이 강한 소비자들의 심리를 역이용해 사전에 아무런 고지도 없이 중량이 적은 닭고기로 바꿔 파는 얄팍한 상술을 활용한다는 것은 소비자를 우롱하는 처사임에 틀림없다. 더러 할인매장에서 타사 제품보다 값이 싸다는 이미지를 보여주기 위해 소비자들이 비교하기 힘든 중량으로 포장하여 판매하다가 언론으로부터 뭇매를 맞는 경우를 보아왔다. 중량이 줄어든 것도 아니고 다만 비교하기 힘들게 해 싼 것처럼 호도했다는 행위만으로도 비난을 받게 되는데 하물며 한 마리라는 개념으로 구입하는 통닭의 무게를 슬그머니 낮춘다는 것은 좀 지나친 위기극복 해결책으로 보인다. 결국 소비자들이 바보가 아닌 이상 이 같은 치킨점의 영업 방침은 머지않아 소비자들로부터 비난 받는 동시에 외면 받아 매출 감소에 직면하게 될 수도 있을 것이다. 이러한 점포의 매출 감소는 자칫 전체 통닭 소비를 위축시킴과 동시에 닭고기 소비를 저하시키는 결과를 초래할 위험성을 안고 있기 때문에 원칙을 지켜야 한다고 강조하는 것이다.

'아무리 바빠도 바늘허리 매어 쓰지 못한다' 라는 속담이 있다. 제아무리 급하고 바빠도 원칙은 지켜야 한다는 의미이다. 치킨점에서 발생하는 손실을 줄여보기 위해 소비자들의 눈에 차이가 날 정도로 중량이 적은 닭을 사용한다면 애당초 개업초창기에 소비자들과 한 약속을 스스로 저버리는 행위이며, 전체 통닭 시장을 왜곡시킬 수 있다는 사실을 직시해야 할 것이다.

어려우면 아예 소비자들과 한 약속을 지킬 수 없는 이유가 발생했음을 제시하고, 정당하게 가격을 인상하여 영업하는 편이 더 나을 수 있다. 장사는 신뢰를 바탕으로 거래 관계가 유지되기 때문이다.

닭고기 관련업에 종사하는 육계인들이나 유통인 모두는 한마음으로 소비자들의 즐거움을 반감시킬 수 있는 원칙을 저버리는 돌출행동을 하지 말아야 한다. 소비자들의 마음을 무겁게 한다면 제아무리 돈을 들여 소비홍보를 한들 무슨 소용이 있겠는가! 되짚어 볼 때이다. 급할수록 원칙을 지키려는 육계인의 마음가짐이 중요한 때이다.