

양계산물가격 안정되어야 한다

— 양계 산업 불안정의 피해는 생산자 못지않게
소비자에게도 그 여파는 대단하다 —



전 성 자

한국소비자 생활교육연구소 소장,
서울 YWCA 이사, KBS 라디오 서울
소비자정보 방송

침 체의 눈을 해매던 축산업이 마침내 도산과 파산에 의한 자연 감소라는 지극히 당연한 역학적인 방법에 의해서 우선 해결의 실마리를 찾는듯 싶다.

그러나 아직은 안정의 기미까지는 생각할수 없는 단계이기 때문에 소비자의 한사람으로서 안타깝기 그지없다. 더우기 중대가축에 비하여 자본과 유통상의 취약성을 더 많이 가지고 있는 양계산업은 그 회복도 더디기만 하다.

부끄러운 경험

고급단백질의 값싼 공급이라는 이름아래 핵반응처럼 빠른 성장속도를 보여오던 양계산업이 여러가지 업계자체의 비능률적인 요소에 의하여 자업자득의 화를 당한 셈이다. 물론 전혀 당하지 않을 완전 균형이란 있을 수 없다. 그러나 그 충격을 줄일 수는 있으리라.

우리가 이번에 당한 이 불행한 경험을 지식으로 남겨 놓기 위해서는 함께 짚고 넘어가지 않으면 안될 몇가지의 문제점이 있다.

그 첫째는 이런 경험을 불과 5년전에 겪었고, 또 그런 불행이 오리라는 막연한 예견을 했으면서도 더 크게 당하고 말았다는 우매함이다.

예보가 정확했고 종계장·부화장이 도덕적인 자제영업을 했고 다른 양계장이 수수를 줄일때 한몫 보겠다는 심리적 예기투기가 없었더라면 그 피해 정도를 훨씬 줄일 수도 있었을 것을 줄이지 못했다는 점이다. 즉 경험을 살리지 못해 당한 슬픔이지 않을까?

둘째는 닥쳐온 불행을 대내에서 흡수하지 못하고 후속 조치를 하지 못해 그 심도가 더 컸다는 점을 빼놓을 수 없다.

과산자들의 포기심리가 자극제가 되어 무분별한 가격전쟁과 농락을 가능케 했고, 말기적 경쟁태도를 버리지 못해 자구책을 마련하는데 어렵게 했다.

셋째로 이번에 당한 불행을 잘 정리해서 교훈적인 경험으로 살려내고 후일의 예방장치를 마련해야 하겠는데 그런 노력이 크게 눈에 띄지 않는다는 점이다.

선진국이 될수 있는 요건을 평하는데는 관찰하는 방향에서 서로 다른 여러가지 평가가 있겠지만, 그중에 하나로 꼽을 수 있는 것은 자기들이 갖고 있는 과거의 부끄러운 경험을 어떻게 잘 정리하여 두고 후일의 예방을 위한 교훈으로 삼느냐 하는 점을 들수 있을 것이다.

예보제도의 확립이나 거짓없는 통계의 작성, 관련산업과 기관의 육성, 업계전반의 내실화 등에 대한 빠른 조치가 아직까지 크게 눈에 띄지 않는다는 점이다.

소비자의 피해

이런 불황이 닥칠 때마다 그 피해는 생산자만 당하는 아픔으로 착각하기 쉽다. 그러나 그 피해는 생산자에게만 있는 것이 아니라 소비자도 그에 못지 않는 피해를 당하게 되는 것이다.

소비자가 먹는 축산물에 지불하는 금전상의 액면은 얼마간 내려갔을지 몰라도 그것이 저렴한 가격일 수는 없는 것이다. 가격은 단순한 기준수량당 얼마에 거래되느냐 하는 표현금액의 다소를 뜻하는 것이 아니라, 언제나 품질과 수

량과 가격이 함께 비교되어야 비로소 올바른 가격을 평할수 있음을 고려해 보면 소비자가 받는 피해를 쉽게 알수 있을 것이다.

첫째로 소비자는 저질의 축산물을 공급받게 되어 불쾌하다. 불황기간동안에는 무성의하게 양측된 저질품이 범람하게 마련이다. 영양·관리·사료·품종 등에 대한 깊은 관심이 없이 경비 절감에만 착안하여 길러진 산물을 먹게 된다.

둘째는 유통과정에서 받는 피해이다. 유통중에 얼마나 오랜동안 저장된 것인지, 어떤 경로를 통해 배급된 것인지에 대해 안심을 할수 없다. 과대량을 생산 처리·보관·운송하는데 무리가 따를 것이고 신선도에도 문제점이 나타날 것이고 수요도 자연히 상대적으로 줄기 마련이다.

셋째는 거래가 불유쾌하다. 어떤 안정기준이 없는 거래에서는 소비자는 언제나 더 싸게 살수도 있는 것을 비싸게 샀다는 불쾌한 심리상태에 놓이게 된다.

넷째는 험프게 생각하는 풍조가 몸에 배어 불급한 과대 소비가 늘어난다. 값싸때 귀하지 않게 다루던 습성이 몸에 배어 당장은 좀 싸게 먹는다고 해도, 장기적으로는 소비자의 부담이 계속 늘어나게 되어 생산자로 보면 장기적인 투자일수도 있다.

이런 피해들은 생산자들이 가져다준 소비자 피해인 것이다. 이런 관점에서 생산자뿐만 아니라 소비자도 이상적으로는 수요에 꼭 맞는 공급 안정을 바라는 것이다. 그러나 그런 수학적 균형유지하기란 어느 곳 어떤 형편에서나 불가능할 것이다.

안정의 길

소비자가 바라는 안정은 사업자가 바라는 영려성 면에서의 안정과는 그 내용이 다르다. 가격의 안정뿐만이 아니라 품질·공급량·환경·신용 등의 모든 면에서의 안정을 바라는 것이다.

흔히 쉽게 이야기하는 가격의 등락만을 관찰

하여 안정기조가 깨졌다고 보고 거기에 대한 대책만을 세워 나가다면 지금 우리가 당하는 순환을 결코 피할 수 없을 것이다.

물량의 흐름을 결정짓는 요인 전반에 걸쳐 어 느 것 하나라도 균형이 깨진 상태에서는 안정이 유지될 수가 없는 것이다. 따라서 안정을 위한 대책도 여러 방향에서 마련되어야 하고, 현대 경제를 운용하는 주체가 소비자·생산자·정부의 세 “파트너”라고 한다면 그 대책도 세 주체들에게서 함께 검토되어야 할 것이다. 그 구체적인 방법을 생각해 보면

하나. 정부의 노력이다. 정부의 노력이란 우리가 흔히 쉽게 이야기하는 기업의 허가제 같은 통제나 수매와 같은 충격 등 공권력을 이용한 통제적 대책이나 행정명령을 통한 기회의 제한이 아니라 보다 자신있고 미래를 겨냥한 정책의 선도이다. 그 선도란 다음과 같은 것을 내용으로 하는 것들이어야 한다.

● **신뢰성 있는 통계에 의한 정확한 예보 제도와 컨설턴트이다.**

관련업체마다 보유수수가 다르고 예고지표에 자신이 없고 통계에 차이가 컸던 것이 생산자들에게 안일한 생각을 갖게 한 원인이 되었다고 하겠다. 기업이 비밀로 하는 숫자는 나오지 못하고, 또 비양심적으로 제시한 숫자라도 정확하게 읽어내어 예고지표를 마련하지 못한데서 비극은 시작된 것이다. 그래서 계수와 정보의 공개가 의무로 여겨지고 생활화되어야 하겠다.

● **농·수·축산물의 표준규격의 마련이다.**

우리는 여러 분야에서 공업도 마찬가지이지만 외국의 규격을 원용해서 사용하고 있다. 아직도 우리는 우리에게 맞는 표준과 규격을 마련하지 못하고 있다.

그 중에서도 제일 미진된 분야가 농수축산물 분야이다. 정부의 표준과 규격의 집대성이 빨리 마련되어야 한다.

품질의 개념이 보다 확실하고 공용성있게 마

련되어야 한다. 널리 알려지지 않고는 순환의 굴렁쇠를 비켜나는데 더욱 힘이 들 것이다.

● **유통의 근대화 작업이다.** 공산품분야가 선도하고 있는 유통혁명을 빨리 지도해 나가야 한다. 유통센터의 건설 못지 않게 콜드체인이나 장치산업화된 유통 “네트워크”를 선도해 나가야 할 것이다.

둘. 생산자 측에서 마련해내야 할 장치로는 다음과 같은 것을 들 수 있다.

● **도덕생산 도덕판매의 분위기 조성이다.** 산업의 도덕성 결여는 이번 파동에서 큰 기폭제가 되어 더욱 심도를 크게 했다. 종계장·부화장의 팽창주의 판매, 사료생산업자의 자제력 없는 영업이 그 큰 예이다. 소비행태의 분석, 적정규모의 산정, 과학적 예시 등 분석없이 확대 영업 제일주의를 포기하지 않는 한 자기네가 늘려 온 성장에 의해 파동은 “부메랑”처럼 다시 양계산업의 모든 분야로 되돌아 올 것이다.

● **생산업자의 기업관이다.** 생산의 규모도 중요하지만 품질에 대한 국제적인 눈과 관심이 없이 강제 양축해서 맛없고 멧없는 단백질 덩어리만 생산해 내어 상품성이 떨어진 산물로는 쌓이고 쌓여도 수출 한톨 어려울 것이다.

● **충격의 대내 흡수 기능의 확보다.** 생산에서부터 최종소비지점까지의 계열화와 과학화 없이는 계약생산, 계통출하, 계획비축 등 기능에서 생겨나는 자율조절기능의 잇점을 살려내지 못할 것이고 새로운 수요의 창출도 원시단계를 벗어나지 못해 충격을 완화시키지는 못할 것이다.

● **전문가에 의한 과학적 사양이 필요하다.** 병아리에 사료를 먹이고 질병을 구제하면 자란다는 개념의 축산이 아니라 생산할 축산물의 용도와 품질을 설계해 내고 그 품질을 양축해 내는 과학적 관리의 축산이 되어야 할 때이다.

역시 설계품질의 설정도 유통업체와의 협력에 의해서만 마련이 가능할 것이다. 또 품질관리에 의한 생산비 절감비만이 기업력을 키워줄 것이다.

● 새로운 수요의 창출이다.

축산업도 분명한 기업의 차원에서 운영된다고 한다면 다른 산업과 다를바 없이 기술혁신(이노베이션)과 마케팅이 없이는 정상적인 성장을 기대할수 없을 것이다. 마케팅을 위해 새로운 수요를 개발해 내어 수요를 늘리고 소비를 촉진시켜 나가야 할것이다.

매스컴을 통한 광고나 홍보도 중요하겠지만 그보다도 급선무는 “치킨·필레”나 “치킨·셀러드”같은 예에서 찾아 볼수 있듯이 실소비를 개발해서 대중화 시켜나가는 방안이 모색되어야 할것이다.

이런 문제는 소비자 단체나 조직과의 협력프로그램이 되어야 할것이다.

셋. 소비자측에서의 대책이다.

소비자는 이미 수요예측이나 판매촉진의 대상이 아닌 경제활동의 중요한 참여자이다. 어떤 경기의 순환도 소비와의 협력없이는 그 흐름(flow)을 정상화시킬 수는 없는 것이기 때문에 소비자의 적극적인 참여를 유도해내야 한다.

소비자·생산자·정부의 동참

● 소비자는 비쌀 때는 덜 먹어주는 협력이 필요하고 폭락할 때는 더 먹어주는 관심이 따르지 않고는 안된다. 싸지면 더 먹어주리라는 예상 소비량보다 실제로는 더 밀돈다는 점을 눈여겨볼 필요가 있으며, 과잉생산일때 소비자 단체나 조직을 통한 소비촉진은 소비자나 생산자 양측에 모두 바람직한 일이다.

● 품질과 계통을 지켜주는 일이다. 소비자의힘은 질서의 준수에 있다. 정부나 생산자 단체 또는 소비자단체의 참여에 의해 마련된 규격이나 품질은 정확하게 지켜 주어야 하고 유통질서를 존중하여 출하계통이나 도계제도의 안착에 힘써주는 일이다. 품질 등급과 그 규격을 숙지하고 등급에 따른 차등구매를 해 주어야 하며, 허가가 없는 업소나 비면허업체의 기피, 고발 등을 통하여 제도나 계통을 안착시키는데 적극 노력

하여야 할것이다.

여기서 우리가 재확인해 두어야 할 점이 있다 그것은 소비자의 참을성이다. 생산과 관련한 여러가지 문제점이나 양계산물이 지니고 있는 약점이나 집단사육의 문제, 보건위생 약화(藥禍) 잔류(殘溜), 환경 등의 문제점을 소비자가 모르기 때문에 문제시하지 않는 것이 아니라는 점을 이번 기회에 확인해 둘 필요가 있다.

양계산물의 수요가 늘지 않는 이유중의 하나가 바로 그것이다 소비자는 빨리 생산업체의 올바른 성장에 의해서 그런 점들이 개선되기를 기다려오고 있으며, 그런 개선이 너무 더디다고 하면 조직이 힘을 행사할 수도 있다는 것을 재확인해 두어야 한다.

우리는 지금까지 모든 산업분야가 마찬가지로 어떤 대책을 마련하고자 할때 가장 손쉽고 편한 국가권력에 의존하는 방식을 요구해 왔다. 그러나 경제는 국가권력에 의한 통제로 근본적인 해결이 나지 않음을 우리는 잘 보아왔다.

닭·몇마리 수매해서 불황의 양계업을 호황으로 전환시켜 놓을수 있다면 얼마나 좋겠는가. 경제는 근본적인 대책이 없이는 그 해결을 볼수가 없다.

자본주의의 안착은 그런 경험들이 쌓이고 쌓여서 강하게 될때 질서와 도덕이 바로 서지는 것이다. 이런 파동은 산업사회로의 발돋움을 위한 훈련으로 알고 정부, 축산인, 그리고 소비자 모두가 참아내야 할 것이며 그 기간의 단축에 노력해야 할것이다.

다만 이렇게 어려울 때 정부는 약간의 탄력 있는 비축구매를 시도하여 주어서 가격조절기능을 선도해 줄 필요는 있다. 또 사료의 품질저하를 막아주어 사료업체의 경영상의 손실과 비용을 축산인에게 전가시키는 사례가 생겨나지 않도록 중재하고 감시해야 할것이다.

이런 두가지의 조치는 국민경제의 안정에 착안한 행정지도가 되어야 할것이며, 파동기간의 단축을 위한 노력정도로 끝내야 할것이고, 그 이상의 제도로 발전되어서는 안될 것이다.