

T·V광고의 필요성

시중에 나와 있는 먹을 수 있는 식품이란 이루 헤아릴 수가 없을 만큼 많다. 양계산물 소비증대에 관심이 있다면 요즘 거리 골목마다 준비하게 늘어선 마켓에 가보면 어떤 계층이 어떤 상품을 골라가며, 왜 그 상품을 선택하는가를 쉽게 파악할 수 있을 것 이란 생각이 들고 있다.

금년 한해를 보내면서 양계업계는 많은 변화를 보이고 있다. 우선 생산이 소비를 앞질러 만성적인 적자를 보인 것 이외도 양계산물을 식품으로서 상표화를 통하여 소비자들에게 안심하고 찾을 수 있는 기회를 넓혀가는 기반을 확고히 다진 해였다고도 볼 수 있다.

그러나 이같이 애써 만들어 놓은 상품들

이 진열기간이 끝남과 동시에 자취를 감추거나 재고로 쌓여 몇 종류를 제외하고는 진열대에서 자진 철수를 해야 하는 비운을 맞고 있다는 소식에 안타까운 마음 뿐이다.

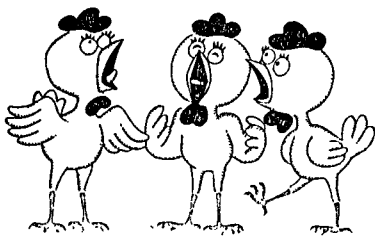
결국 소비자들에게 구매욕을 심어주지 못한 결과가 막대한 자금을 동원하여 만든 양계산물 상품들이 소비자들에게 계속 선택받지 못하고 있는 것이다. 국내시장은 이미 질적 우세를 보이는 우리 농산물로부터 가격이 저렴한 수입산물에 이르기까지 매우 다양화 되어가고 있는 가운데 양계산물의 소비를 과거와 같은 방식으로 하여 소비자를 붙잡는다는 것은 아마도 기대할 수 없다고 본다.

시장바구니를 들고 무엇을 선택할까하는 소비자의 최종 선택을 어떻게 양계산물 쪽으로 돌리게 하느냐가 가장 큰 소비의 핵심

이라 볼 때 양계인들은 이점을 중점적으로 연구를 해야 할 것으로 보고 있다.

현재 대중에게 가장 큰 영향력을 행사하고 있는 T·V를 통하여 닭고기와 계란의 우수성을 광범위하게 홍보하는 길만이 효과면에 있어 가장 합당하다는 결론이 모아졌다. 물론 이에 따르는 홍보비용도 어마어마하지만 호응도 어마어마 할 것이라는 예측도 가능하기 때문에 연말 방영을 목표로 일단 C·F제작에 착수하여 조만간 그 모습이 나타날 단계에까지 와있다.

한 개인기업이 실행하기엔 어려운 자원과 공익성을 같이 수용하여 방영하기 때문에 소비자에게 신용을 최대한 부각시켜 선택의 기회를 넓힌다는 취지인 만큼 양계인들의 절대적인 재정지원이 가장 필요하다. 내년의 경기를 막연히 기대할 것이 아니라 소비를 확대하여 다함께 공존할 수 있는 계기를 만드는데 보다 큰 관심과 협조가 있어야 할 것이다.



질병 무관심

양계질병은 불황과 연계해서 기하급수적으로 확산되어 일정한 시점이 되면 동시다발적으로 만연하게 된다. 인류에게는 전쟁

후에 갖은 질병으로 인하여 간접적인 재앙이 있듯이 동물에게는 경제성이 가장 약화되는 시기에 예방관리가 소홀해지는 틈을 타서 질병은 어김없이 찾아오는 것이 상례처럼 되어 있다.

최근 몇년간 병아리 가격의 강세가 계속 이어진 것도 예측하지 못했던 질병으로 인해 생산성이 현격히 떨어진데 그 원인이 있다고 분석할 정도로 질병 후유증은 심각하다. 불황기에 접어들어 각 제약회사에서 발표하는 약품판매를 보면 주로 예방약 부분이 절대 감소한다는 분석이다.

이것이 다음에 질병 발생률과 맞물려 닭의 경우 산란율이 저하되어 제때에 생산되어야 할 산물에 영향을 미치기 때문에 생산 잠재력은 가지고 있으나 실제 생산되는 수치와는 판이한 결과를 빚게 된다.

질병이 만연되면 즉각 치료제의 사용이 증가하게 되는데 이것이 매우 큰 위험을 부르게 되는 것이다. 만일 어느 상품에서 항생제나 중금속이 검출되었다는 발표가 나가나 양계산물을 먹고 부작용이 나타났다고 밝혀지면 소비는 갑자기 둔화됨은 물론 수입산물의 시장확대를 부채질 하게 된다.

양계경기가 침체를 걷는 동안 농장관리가 소홀해져 각종 질병이 만연될 것이라는 우려의 소리가 높다.

불경기는 회복되면 표시가 없지만 질병은 계군이 도태될 때까지 생산성을 저하시킴은 물론 양계산물의 안정성에도 위협을 가하게 되어 다시금 재인식해야 할 것이다. 각자가 원칙대로 방역관리가 되고 있는지 농장점검이 필요한 때이다. 