

국제경쟁시대,
이제부터
다시 시작이다.

과학적이 양돈경영기법 도입 시급 77년 1200 법 도입 시급

1. 머리말

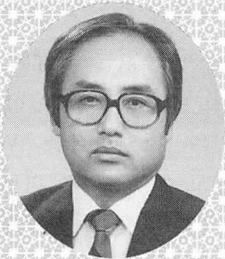
최근 급격하게 변화하는 세계 무역질서의 개혁과정에서 우리나라의 농축산업은 엄청난 충격과 희생을 감수할 수밖에 없을 것으로 예상되고 있다.

170여개국이나 되는 지구촌의 나라들은 경제적으로 퇴색되어 가는 국경의 현실에서 자국의 무한한 보호를 받을 수만은 없는 냉혹한 현실의 산업사

회로 변하여 경쟁력의 제고방안만이 그 나라의 산업을 존립할 수 있게 하고 있다.

모든 산업은 무한한 경쟁속에서 일등만이 살아남을 수 있는 냉혹한 환경에서 우리의 양돈업이 자립할 수 있는 방안도 우리는 고안해내지 않으면 안된다고 생각한다.

더욱이 이와 같은 여건의 변화에 적극적으로 대응하여 활력이 있는 양돈업 육성방안의 모색이 없이는 내일의 양돈업



하 서 현 교수
(강원대학교 축산대학)



은 기대하기 어렵다고 여겨진다.

제도와 발전방안이 모색된다 해도 제도의 운영이나, 새로운 경영관리의 주체는 경영주로서 생산자의 의식구조 변화와, 합리적인 경영기법의 개발과 도입이 절실하다고 생각한다. 따라서 본고에서는 생산자의 의식구조의 변화와 합리적인 경영기법의 도입 필요성에 관하여 검토하고자 한다.

2. 의사결정시의 고려사항

무엇보다도 빨리 기업가적인 생산자의 변신이 요구된다. 지금까지 우리 양돈업은 많은 시

행착오를 거듭하여 오면서도, 경영규모의 확대와 전업화 및 기업경영으로의 발전은 진전되고 있다. 그러나 경영주의 기업가적인 자세의 변화는 아직 미흡한 점이 많다. 더욱이 개방화, 국제화의 무한경쟁체제 하에서 적극적인 양돈업의 발전을 위한 경영주의 자세변화가 있어야겠다.

최근의 양돈경영 목적은 순수익의 극대화에 있기 때문에 순수익을 보다 많이 얻으려는 경영주는 합리적인 경영에 관한 의사의 결정이 있어야 한다. 우선 경영주는 순수익에 영향을 줄 자원의 내용과 크기에 관한 지식이 필요하다. 물론 그 주요 결정요인은 생산기술의 종류나 품목에 따라 같을 수 없다. 그러나 순수익의 크기를 좌우하는 결정요인중 주된 요인을 간추려 보면 대략 다음과 같다. ①경영규모 ②고정자산 및 유동자산의 이용도 ③생산기술 및 방법 ④품종의 선택 ⑤경영조직 ⑥투입물과 생산물과의 가격비 등으로 요약할 수 있다.

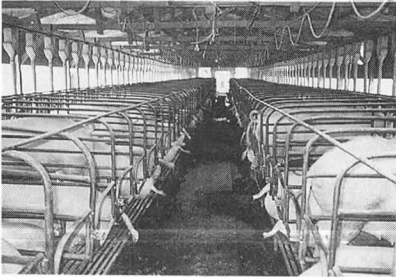
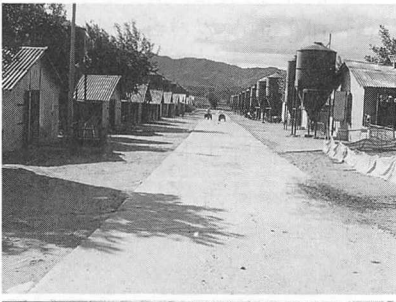
따라서 경영자가 순수익의 극대화를 실현하기 위하여는 이들 요인들에 관해 어떻게 이용 또는 규제하느냐에 따라 그 성과에 차이가 있기 때문에 항상 다음 사항에 기초를 두고 합리적인 결정을 하여야 한다.

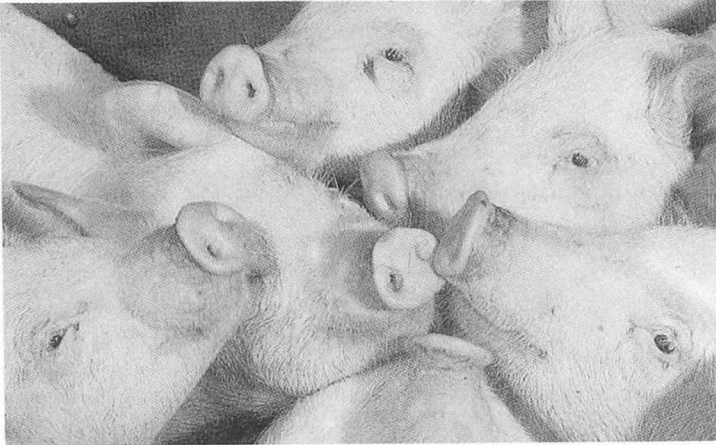
“
모든 산업은 무한한 경쟁속에서
일등만이 살아남을 수 있는
냉혹한 환경에서 우리의
양돈업이 자립할 수 있는 방안도
그안매내지 않으면 안된다.”

가. 생산가능한 상품중에서 소비자가 원하는 상품을 생산하여야 한다. 즉 팔려고 생산을 하지 말고 팔리는 상품을 생산해야 한다.

나. 생산가능한 상품이 많이 있듯이 한 상품을 생산하는 데 있어서도 수많은 생산방법이 있다. 생산자는 양돈업을 운영함에 있어서 생산비용을 그 판단의 수단으로 사용하여 일정량의 돈육을 생산하는 데 최소비용의 생산방법을 택하는 자세의 변화가 있어야 한다.

다. 또한 생산자는 그가 생산(사육)하는 최적량을 결정하여야 한다. 생산량이 소비자가 원하는 양 이상이면 공급과잉을 초래, 순수익이 증대하지 않아 증산이 의미가 없으므로 생산을 중지하여야 한다. 요컨대 생





산자는 총수입과 총지출의 격차가 가장 큰 생산수준에서 생산을 조절하도록 결의를 하여야 한다.

라. 생산요소의 구입시기와 생산물 판매시기의 결정이다. 생산자가 받는 생산물의 가격은 흔히 판매시기에 의존한다. 이를테면 생돈가격은 생돈의 출하량과 계절에 따라 변화한다. 더욱이 복잡한 것은 돼지의 사육기간이 길면 생체중은 증가하나 미국의 경우 체중이 220 파운드를 초과하면 파운드당 가격은 떨어지는 경향을 볼 수 있다. 또한 생산요소의 값도 계절에 따라 차이가 있는데 대체로 성수기에 값이 오르고 비수기에 내리는 경향을 보이고 있다. 따라서 생산자는 생산요소의 구입과 상품의 판매시기를 합리적으로 선택하여야 한다.

마. 생산요소의 구입처 뿐만 아니라 생산물 판매처의 선정도 생산자는 소홀히 하여서는 안된다. 생산자는 자기가 생산

한 생산물을 판매할 다수의 판매시장을 갖고 있으며 판매가격은 시장에 따라 차이가 있다. 따라서 항상 일정한 시장에 출하하는 것이 꼭 유리하지만은 않다. 때문에 생산자는 생산물의 출하비용을 검토하여야 한다. 즉 추가 출하비용과 추가 판매수익을 분석하여 보다 유리한 시장에 상품을 출하하여야 한다. 이와 같은 관계는 생산요소 구입시장의 선택에도 적용된다.

바. 외부와의 협조체제의 구축이다. 위에서는 한 생산자가 이용가능한 자원으로 순수익 극대화를 위하여 선택가능한 경영내부의 경제성(Internal Economy)을 다루었으나 생산자는 그밖의 외부와의 협조를 통하여도 경제성을 추구하여야 한다. 즉 기술의 공동연구, 시설의 공동이용, 품종 및 생산자재의 공동구입 등 생산자 자신이 해결할 수 없는 부문을 경영군의 조직력을 통하여 합리적으로

로 운영함으로써 생산비를 절감하는 외부경제(External Economy)의 증진도 도모하여야 한다.

특히 우리나라와 같이 비교적 작은 규모의 경영구조에 있어서는 외부경제의 증진을 위한 협동화의 필요성이 요구되고 있다.

3. 경쟁력 제고방안

이상에서는 개방화와 상업농하에서 경영자가 택하여야 할 주요 결의사항을 다루었으나 이것들을 실천에 옮기는 데는 경영자의 능력이 뒤따라야 한다. 또한, 경영자는 항상 자신의 기술과 지식을 연마할 기회를 가져야 하며, 급변하는 환경조건에 대응하여 경쟁력을 높이기 위하여는 과학적인 경영관리의 도입도 있어야 한다.

생산자가 경영의 의사를 결정하는 과정에는 항상 특수한 환경조건에 직면하게 된다. 그 환경조건은 결의자에 의하여 변경될 수 있는 것도 있고 변경할 수 없는 것도 있다. 생산자는 상품을 생산함에 있어서 생산요소를 제한된 수량범위 내에서 투입할 방안을 강구할 수 있다. 이때 생산자가 직면하게 되는 문제는 어떻게 제한된 자원을 합리적으로 배분하여 경영

목표를 충분히 달성할 수 있느냐 하는 점이다.

한편 생산자의 의사결정에 있어서 그가 규제를 할 수 없으나 결정에 영향을 주는 사회제도, 법제 및 자격 등의 조건들도 있다. 생산자들은 이상과 같은 의사결정의 변수들을 경영목적에 적합하도록 조정할 수 있는 능력을 갖도록 함은 물론, 과학적인 경영기술의 도입도 적극적으로 추진하지 않으면 경쟁력을 제고시킬 수 없다. 따라서 개방화시대에 대응하기 위해서는 다음과 같은 양돈경영의 과학적 기법도 고려되고, 도입되어야 한다.

경쟁력 제고의 방안으로 생산비의 절감, 고품질육의 생산, 안전한 상품의 생산 등이 거론되고 있다. 즉 어느 부문이든 상대적으로 유리한 상품이어야만 존립할 수 있는 산업사회이기에 생산자들은 이 점에 초점을 맞추어 양돈경영에 임해야 한다.

생산비 절감의 방안으로는

첫째, 경영규모의 확대를 들 수 있다. 규모의 확대를 위해서는 500~2,000두 규모의 가족단위 전업농을 육성하여 그들의 생산량이 전체의 50%(현재 25%) 이상이 되도록 하는 것이 바람직하다. 소규모 생산농가의 비용절감과 생산성 향상을 위

해서는 협업이나 공동경영으로 양돈단지를 조성하는 것이 바람직하고 이는 외부경제의 효과도 추구할 수 있다.

둘째, 계열화 사업의 확대다. 즉 종돈장, 도축장, 가공공장, 판매장을 갖춘 계열화 사업체가 양돈농가와 연계시켜 생산비 및 유통비용을 절감토록 하여야 한다.

계열주체의 능력에 따라 부분계열화를 거쳐 완전계열화로 육성하고 계열주체로 하여금 시설 현대화와 경쟁력 제고를 선도토록 유도하는 것이 바람직하다.

셋째, 과학적인 경영기술의 도입으로 양돈농가에 대한 경영진단 및 기술습득으로 사양 기술수준을 향상시켜야 한다. 또한 각 양돈농가 자체에서 경영진단이 가능하도록 퍼스널컴퓨터를 이용한 개체관리 및 경영분석 프로그램에 대한 기술 습득과 경영에의 도입은 사료의 효율성을 향상시킬 뿐 아니라 생산성을 향상시켜 생산비 절감의 효과를 기대할 수 있다.

고급육 생산의 방안으로는

첫째, 종돈의 능력개량이 요구된다. 기존의 양돈협회산하 공인종돈능력검정소를 통한 우수한 종돈선발과 보급의 확대가 필요하다. 그리고 현재 A등급 7%, B~C등급 70% 수준으

로 고급육 생산이 부진한 실정으로 사료급여체계 및 사육환경 개선으로 고급육 생산의 비중을 높여야 한다.

안전성과 부가가치의 향상을 위해서는

첫째, 시설의 현대화로 위생적인 사양관리 및 도축시설과 유통설비의 현대화로 신선하고 안전하게 돈육이 유통되어야 한다.

둘째, 제품의 차별화를 위해 유통체계가 확립되어야 하고, 국산 돼지고기의 우수성에 대한 홍보 및 다양한 요리방법개발 등도 요구된다. 또한 지역축협이나 양돈협업단지에서 생산한 고급육을 원료로 햄, 포장육 등 육가공품을 제조하여 자체 브랜드로 판매하면 부가가치를 높일 수 있다.

4. 맺음말

이제 우리의 양돈업은 경제환경의 급격한 변화속에서 새로운 진로를 찾지 않으면 안된다. 그러기 위해서는 위에서 논의한 바와 같이 우선 생산자의 의식구조가 기업가적으로 바뀌어야 하고 경영목적에 접근하기 위한 합리적인 경영기법의 도입이 절실하다. 이것이 경쟁력의 제고방안이기도 하다. **■**