



제 ② 연

산지가가 소비자에게 연동되는 가격체계 구축을



김 언 화 원장
한국소비생활연구원

IMF 협상으로 인해 우리의 가정의 소비행태는 매우 급격한 변화를 가져오게 되었다. 우선 가게의 거품을 걷어내고 합리적이고 건전한 소비행태로 탈바꿈하는 전환점이 되었다. 우선 고기에 대한 소비자 기호도 쇠고기를 주로 선호하던 소비패턴이 돼지고기의 소비로 탈바꿈하게 되고, 현실적으로도 쇠고기값보다 돼지고기 값이 더 비싸게 되었다. 어느 식당에서는 1인분에 6,000원 하던 삼겹살 구이가 IMF식 특별메뉴로 4,000원으로 판매되는 등 소비자에게 현실성있게 자리매김을 하고 있는 실정이다. 그리고 모든 생활에서 구조조정이란 용어가 우리에게서 엄청난 변화와 충격을 가져다 주었고, 현실을 대충 넘기려는 우리의 불확실성이 과감하게 개혁되지 않으면 당장 하루하루 이러한 현실을 헤쳐나갈 수 없는 당혹감앞에 서게 되었다.

지난 4월 농림부 업무보고 자료에 따르면, 대통령의 당부

말씀 중 농업정책의 가장 중요한 것은 농·축인이 그 일에 종사하는 것을 보람으로 느끼고 거기에서 나오는 소득을 통해 만족을 느끼게 하고 이로 인해 더 한층 적극적인 정책 참여의 욕을 유발하는 것이 우선과제라고 지시하였다. 그 중점정책의 중요 사항으로 유통문제를 거론하였다. 그동안 우리는 소비자와 생산자는 유통문제로 인해, 별개의 개체로서 상호 비협조적이며 대립적인 관계로서 생산자(농민)는 제값을 받지 못하고 소비자는 제값에 살 수 없는 불합리한 구조를 안고 있었다. 얼마전 모 아파트에 축협이 순회직판장을 개설하려다 인근 소매정육점업자들의 반대에 결국 포기했다는 사실을 매스컴을 통해 보면서 소비자로서는 안타까움을 금치 못하였다. 소비자는 싼값에 제 물건을 구입할 수 있는 선택의 자유를 잃게 되고, 생산자는 애써 생산한 축산품에 정당하게 주권행사를 할 수 없는 잘못된 유통구조로 인해 상호간

에 피해를 입고 있었다.

그동안 농산물의 경우는 조합의 직거래 활성화를 통해 소비자만족과 선택의 기회를 많이 부여하였으나 축산물의 경우는 위생 및 안전성의 문제로 인해 쉽게 판매망을 개설할 수 없

는 어려움이 있었다. 그러나 이제는 지방자치단체가 공판장을 만들거나 대형 유통센터를 통해 소비자들의 직거래 활성화 방안을 현실적으로 도와주고, 일본과 같이 소비자조직을 만들어 건전하고 합리적인 유통망을 구축하는 것이 무엇보다 중요하다. 소비자는 일반 슈퍼마켓이나 동네가게의 정육점에서 맛이 좋고 안전한 위생적이라는 돼지고기를 부위별 선택에 따라 구입하였으나 만족감을 주지 못했고 가격은 들쭉날쭉 변동요인이 많아 항상 갈피를 잡지 못했다. 어떤 지역에서는 과일경쟁의 하나로 쿠폰제를 실시하여 얼마이상의 구매고객에게는 돼지고기 600g을 경품으로 준다던가 하여 소비자를 현혹하였지만 오히려 이러



▲어느 식당에서는 1인분에 6,000원 하던 삼겹살구이가 IMF식 특별메뉴로 4,000원으로 판매되는 등 소비자에게 현실성있게 자리매김을 하고 있는 실정이다.

한 불공정한 과일판매행위가 철저한 위생상 문제점에 대한 소비자의 불안감과 불완전한 가격변동으로 인해 생산자는 울고 소비자는 과다한 주머니만 털리는 현상을 초래했다.

최근 WTO체제와 IMF로 인해 소비자의 소비패턴의 일대 혁명이 일어나고 있다. 축산물의 경우는 일반 농산물과 달리 도축, 가공단계를 거쳐 소비자가 원하는 상품이 되기까지 반드시 생산에서 소비까지 5~6단계를 거치며 이러한 물류비 등 중간비용이 소비자 가격의 56%를 차지한다는 것이다. 과거에 이러한 단계적 불이익으로 인한 결과에 미온적인 자세를 취하던 소비자가 적극적인 자세로 급변하고 있으며 대립적이고 준비된 성숙한 소비자상이

정립되고 있다.

작년 일본 방문시, 일본의 소비생활협동조합활동을 보면서 우리의 현실과 매우 큰 거리감을 느꼈다. 소비자는 소비생활협동조합 회원으로 가입하여 스스로 활동에 참여하며, 주어진 소득범위에

맞추어 살아가는 지혜와 값싸고 안전한 식품의 직거래 활성화를 이루어 신뢰성있고 안정된 유통질서를 세우는 것을 보면서 큰 감명을 받았다.

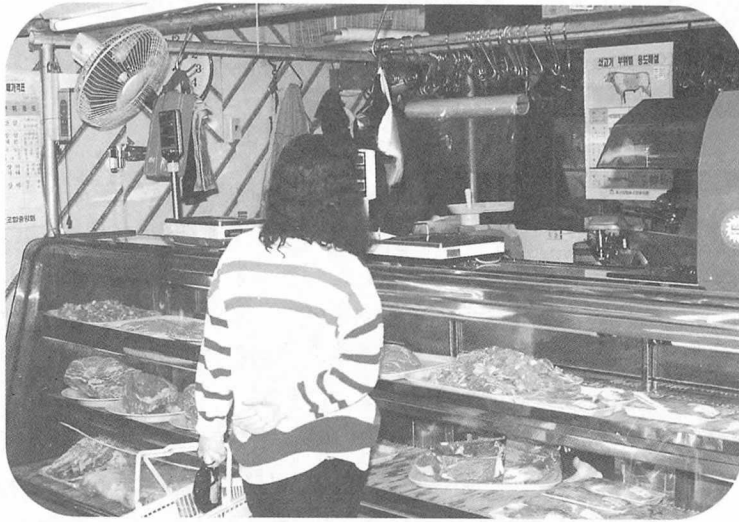
이러한 직거래 활성화를 통해 생산자는 23% 높게 받고 소비자는 22%정도 싸게 구입할 수 있는 장점이 있음에도 불구하고 축산물은 초기 생산단계에서 소비자에게 이르기까지 여러 차례의 단계와 철저한 방역위생 관리 및 판매지 유통시설비용과다 등으로 인해 직거래 활성화의 문제요인이 되고 있다. 영세한 소매상의 난립으로 인해 생산자 출하가격에 상응한 소비자가격 변동 효과거의 없고 불신의 늪에 사로잡힌 소비자는 도축후 수송, 보관, 검열의 냉동, 냉장시설에도 의

문을 가졌었다.

농림부 자료에 의하면 지난 97년 2월 17일에서 5월 14일까지 10,651회의 장터 개장을 통해 총 2,252억 원 판매실적 중 축산물의 경우 262억원으로 전체의 11.6%에 불과했다고 한다.

유통의 증가를

위해서는 현대화시설 확충을 중심으로 현행 5~6번의 유통단계를 최대한 축소시킴으로서 유통비용에 대한 마진을 최소화시키는 것이 우선이다. 그리고 축산물의 경우도 브랜드화를 통해 유통의 선진화를 추구하여 표준화되고 규격화된 제품으로서 소비자의 신뢰도를 높이는 것이 필요하다. 소비자는 고기를 상추와 깻잎으로 안심하고 씹을 써서 먹을 수 있는 우리 토양에서 자란 신토불이의 육질을 무엇보다 선호한다. 아직도 모든 영세 정육점에서는 모조건 큰 현수막에 한국 토종 돼지고기만 판매한다는 구호를 붙여 놓았지만 실제 판매대에는 어떤 질의 고기가 판매되는지 소비자가 신뢰할 수 없



▲소비자는 고기를 상추와 깻잎으로 안심하고 씹을 써서 먹을 수 있는 우리 토양에서 자란 신토불이의 육질을 무엇보다 선호한다.

는 정도이다. 또한 축산물의 위생관리를 철저히 강화하여 수입개방화에 맞설수 있는 우리 돼지고기의 안전성을 위해 축산물의 위해요소를 중점관리하는 제도를 하루 빨리 도입하여 우리의 돼지고기가 세계 시장에서 경쟁하여 이길 수 있는 과감한 유통환경개선이 절실하다. 특히 도시 소비자가 쉽게 이용할 수 있는 직거래 장터를 One-stop Shopping의 기회로 이용할 수 있는 공동장이 정착화될 수 있는 체제와 주문판매, 계약판매를 통한 무점포 방식을 확대하는 길도 매우 바람직하다.

IMF체제이후 늘어난 각 가정에서의 돼지고기섭취는 단백질 공급원으로서 우리의 지구

력과 근력을 추가하는데 큰 보탬이 되는 부분이다. 우리 한국인의 체질에 맞는 육질과 적당한 지방, 안전성이 확보된 돼지고기 생산이야말로 우리 국민의 건강과 총력을 모을 수 있는 기초가 되리라 믿는다. 양돈산업

의 그동안 문제점을 일대 개혁하여 소비자와 생산자를 밀착시키고 거품과 불신의 요지를 제거할 수 있는 유통구조망을 생산자 측면에서 과감히 도전해야 할 것이다. 소비자 또한 앞서나가는 양돈인의 사기진작을 위해서도 고품질의 돼지고기와 위생성이 확보된 제품의 선택에 많은 정보를 갖고 대처해야 할 것이다. 정부 또한 축산정책장려의 과감한 투자를 통해 축산인으로서의 자부심과 보람을 느끼도록 하여 이를 통한 경제의 활성화에 한 몫이 되도록 경주해야 한다. **養豚**

