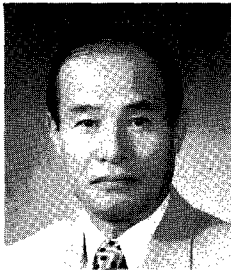


편집위원 칼럼

미래에 대한 두려움



오 경 록
남덕 씨니테크

얼마나 지나야 경기가 좋아지겠는가? 앞으로 어떻게 해야 할까? 내일의 환율은 얼마가 될까? 요사이처럼 미래에 대해서 불안함이 많은 것은 전쟁을 겪은 이후 처음일 것이다. 전쟁도 상대를 모르면 두려움이 앞서고 패할 확률이 높은 것 같이 지금의 상황도 관주도형 기업 경영형태에서 너무 오래 안주하면서 탈피할 기회를 상실하고 세계 속의 경제흐름을 모르고 역행하는 경제활동을 계속하면서 상대를 알지 못한 결과로 한방에 두손을 들고 무릎

을 꿇은 것이다.

영원히 무너지지 않을 것 같은 철옹성 같은 대기업도 허망하게 무너지는 IMF위력에 불안감을 느끼지 않을 수가 없겠지만 자신을 돌아볼 수 있는 좋은 기회요 아픔만큼 성장할 수 있는 좋은 기회인 것이다. 물론 이 와중에 본의 아니게 무너져 파산할 수도 있겠지만 최선의 길은 있게 마련이다. 미래는 전망의 대상이 아니고 창조 대상이다. 어떻게 될 것인지를 예측하고 바라보고 있는 것이 아니라 한 걸음씩 만들어 가는 과정에서 다가오는 결과를 받아들이는 것이 미래일 것이다. 이제 양계업계 미래를 창조하기 위한 몇가지 반성과 제안을 하고자 한다.

1. 관의존형 탈피

옛부터 우리내 농업은 특히 관에 의해 주도되고 끌려가는 형식에 길들여져 왔으며 양계산업도 비슷한 속성을 가지고 왔기에 어렵고 안 풀리면 관에 의존하려는 생각부터 하려고 한다.

관에 의해 시작하고 커진 대기업이 얼마나 부실한 것인가를 보여주는 현실속에서 우리에게 확실히 가르치는 교훈은 관주도형 의존형 사업은 자력으로 걸을 수 없는 가분수형 미숙야만을 키워왔다는 사실일 것이다. 그러나 이제부터는 하루빨리 이러한 의존사고를 벗어나야 하고 이러한 사고가 바뀔때부터 모든 가능성이 보이게 될 것이다.

2. 경쟁력 확보

그동안 인건비 감소와 수당 건축비 절감을 위하고 단위 생산성을 높여 경쟁력을 향상시키는 원초적인 경쟁력 확보책에 관민이 합동하여

치중한 결과 과잉생산으로 인한 산물가격 하락으로 오히려 성실하고 착실하게 성장한 양계기업만 경쟁력을 잃고 넘어지게 만들거나 더욱 어렵게 하였다. 이러한 가시적인 물적 공세를 통한 경쟁력의 강화보다는 불가시적이면서 간접적인 생산기반지원책을 먼저 선결하여 왔다면 훨씬 탄탄한 양계업계가 만들어졌을 것이다. 산란계, 종계 노계 도태를 유도하기 위한 노계 도태확인보상입추권, 지역별로 원자재 및 산물의 생산, 도계 가공량이 상호 합당한 규모의 균형적 발전 유도, 관리자 노동생산성 향상을 위한 기본관리 교육 및 정신교육 등 생각하기에 따라 갖가지 방법이 있을 것이다. 전시실적위주의 정책과 결별하고 외적 허세보다는 내적 실속에 더욱 치중해야 할 것이다.

3. 정보의 수집

대면하는 세계 경제 구조와 발을 맞추기 위해서는 정보의 활용에 적극적이어야 한다. 정보는 산업과 기업의 사활을 좌우할 수 있다. 동일 업종 뿐만 아니라 관련업종, 더욱 나아가 모든 업종의 생각과 변화를 알기 위해 노력하여야 한다. 그렇다고 특별한 정보수집 능력을 요구하는 것이 아니다.

정보란 항시 자신의 주변에서 돌아다니고 있는 것이 거의 대부분을 차지하므로 관심여하에 따른 것이다. 품종의 개발방향, 곡물 생산에 미치는 기후의 변화, 세계 각국의 질병 발생 형태 등 무수한 관련정보는 우리의 주변에서 움직이고 있다. 정부의 수집은 신속성이 우선이어야 한다. 늦은 정보는 효율성이 떨어진다. 수집된 정보는 분석의 과정을 거쳐 분류되어 선택 여부가 결정되고 활용의 단계로 들어가 실무에

적용되어야 한다. 정부의 이용기술 개발은 관심을 갖고 조사하고 받아들이는 자세에서부터 시작되는 것이다.

4. 유통과 홍보

최근 농·축·수산물은 소비자와 생산자가 직접 만날 수 있도록 하는 직거래 장터의 확산이 늘고 있다. 다행하게도 정부에서도 적극 지원하려고 한다. 그러나 이러한 대형직거래 유통시장의 장점인 중간마진 축소에서 얻어진 이익이 생산자에게 돌아가기보다는 소비자와 직거래시장 운영에 편중되어 있어 생산자는 달라진 것이 없다. 결국 소비자를 위한 것이지 소비자와 생산자를 위한 것이 아닌 형태로 진행되고 있기에 직거래 시장은 가능한 생산자 단체가 직접 참여 운영하도록 폭넓은 개방이 요구되고 생산자 스스로도 믿고(품질) 안전하고(안전성) 싼(가격) 3개 항목을 충족할 수 있는 산물을 만들어 직접 홍보에 나서야 한다.

특히 과잉 생산시 비축보다는 연수원, 군인 등 공공 급식용으로 특판하거나 노인복지원, 영아원, 실직자 무료급식소, 소년소녀 가장 등 명분있는 곳에 무료 제공 또는 어릴때부터 입맛을 길들이기 위한 유아원, 초등학교의 급식식단에 올릴 수 있는 요리 권장을 위한 특판 등 먹이기 홍보가 직접적인 산물 소비와 잠재고객을 만드는데 보다 효과적이다. 한푼 두푼 모은 피땀어린 돈을 안일하게 앉아서 하는 홍보에만 사용하기에는 너무 허망하다. 홍보비로 산물을 구입하여 앞에서 말한 바와 같은 목적으로 이용한다면 어려운 시점에 소비자와 생산자를 위한 '평먹고 알먹는' 적극적인 홍보전략이라 할 수 있다. **양계**