

낙농자조금사업에 참여한 낙농가들에게 찬사를 보내며



박종수

낙농자조금자문위원장(충남대 교수)

'99 낙농자조금사업은 우유·유제품에 대한 소비촉진을 통해 과잉된 우유의 재고를 소진시킴으로서 우유의 수급안정에 크게 기여했을 뿐 아니라 한편으로는 정부의 원유대 인허방침을 차단시키는 방패가 되었다.

또한 무엇보다도 '99 낙농자조금사업은 낙농가 스스로에 의해서도 우유시장을 안정시킬 수 있다는 시금석을 구축했다는 데에 큰 의의가 있다.

지난 1980년대 초반부터 논의되어 오던 낙농자조금사업이 수많은 산고를 거치면서 1999년에 드디어 미숙아지만 출산을 하기에 이르렀다.

IMF구제금융의 혹독한 한파로 인해 야기되었던 우유·유제품의 소비위축에서 벗어나고 낙농불황을 타개하기 위해서 낙농가들이 솔선하여 자발적으로 시작한 '99 낙농 자조금사업은 우리나라 낙농산업의 발전과정에 새로운 이정표를 남길만한 실로 획기적인 사업으로 기록될 것임이 분명하다.

비록 일부의 무임편승자는 있다고 할지라도 '99 자조금사업은 우유·유제품에 대한 소비촉진을 통해 과잉된 우유의 재고를 소진시킴으로서 우유의 수급안정에 크게 기여했을 뿐 아니라 한편으로는 정부의 원유대 인허

방침을 차단시키는 방패가 되었다. 또한 무엇보다도 '99 자조금사업은 낙농가 스스로에 의해서도 우유시장을 안정시킬 수 있다는 시금석을 구축했다는 데에 큰 의의가 있다.

특히 금년에 실시된 자조금사업가운데 지난 7~10월의 4개월 간에 걸쳐서 방송매체를 통해 방영되었던 "사랑의 우유나누기 운동"에 관한 광고는 1999년도 대한민국 광고대상을 수상하는 쾌거를 이룩하였으며, 이를 통해 3억 여원에 달하는 사랑의 우유나누기 성금도 모금하게 되었다.

"사랑의 우유나누기" 광고에 출연했던 인기 탤런트 김혜수씨와 차승원씨도 무료로 봉사해 주었으며 캠페인 로고를 제작한 박광수씨도 로고 제작대가를 우유나누기 성금으로 기탁하였다. 모두가 고맙고 우리에게 감동을 주

는 일이 아닐 수 없다.

우유소비에 대한 국민적 공감대가 이처럼 크고 잔잔하게 이루어지고 있는 것은 낙농산업관련자 모두에게 긍지와 희망을 심어주고 있다. 이는 곧 어려운 경영여건 하에서도 낙농자조금사업에 적극적으로 참여한 낙농가들의 결연한 의지의 소산이다. 낙농자조금사업에 참여한 낙농가들에게 찬사를 보내지 않을 수 없다.

우리의 옛 속담에 "되로 주고 말로 받는다"는 말이 있다. 자조금사업은 바로 이 속담이 갖는 의미와 맥을 같이 한다. 낙농가들이 각기 조금씩 부담하여 큰 성과를 이루었으니 말이다.

그러나 낙농자조금에 의한 소비촉진활동이 이처럼 우유사랑에 대한 국민적 공감대를 형성하고 있음에도 불구하고 정작 낙농

산업의 주역인 낙농가들 가운데에서 아직도 자조금사업에 참여하기를 주저하는 낙농가가 있다면, 이를 어떻게 설명해야 할까?

익히 알고 있는 바와 같이 낙농자조금 제도란 낙농산업의 발전을 위해 낙농가 개개인이 개별적으로 수행하기 어려운 공동 이익사업 즉, 우유·유제품의 소비확대와 시장 안정을 위한 소비홍보 및 광고사업, 연구개발사업, 소비자 교육사업 등을 수행하기 위해 소요되는 자금을 낙농가들이 공동으로 조성하여 운영하는 제도이다.

그러므로 낙농자조금 제도가 성공하기 위해서는 모든 낙농가가 다함께 자금조성에 참여해야 하며 소비촉진 사업도 장기적인 계획에 의해 지속적으로 추진되어야 한다. 자조금을 소비홍보에 투입하여 얻어지는 소비확대의 효과는 모든 낙농가에게 무차별적으로 돌아가며, 우유·유제품에 대한 소비촉진과 연구개발 등은 그 효과가 장기적으로 완만히 나타나기 때문이다.

그 동안 오랜 우여곡절의 진통 끝에 낙농육우협회의 주관하에 '99년도의 낙농자조금 제도가 시작되었다. 비록 금년 사업에는 참여하지 못한 낙농가가 있다고 할지라도 새 천년을 시작하는 2000년도부터는 모든 낙농가들이 의무적으로 동참해야 한다.

설령 일시적으로 우유의 수급이 균형을 유지한다고 하더라도 개방의 파고를 효율적으로 대처하고 우유시장의 지속적인 안정을 위해서는 자조금사업에 의한 소비촉진활동은 우리의 낙농산업이 안고 있는 필연적인 과제이다.

자조금 사업에 모든 낙농가의 의무적으로 참여해야 함은 물론 유업체도 함께 참여해야 한다. 물론 금년 사업에서도 유업체들이 일부 참여하였지만 그 실적은 극히 미미하였다. 모든 유업체가 솔선 수범하여 함께 참여해야 하며, 그 부담액도 낙농가가 부담한 금액 이상이어야 한다.

낙농가가 없는 유업체가 있을 수 없으며 유업체가 없는 낙농가도 있을 수 없다. 두 이해당사자는 한 배를 타고 있는 것이다. 소비자에게 신선한 우리 우유와 유제품에 대한 우수성과 올바른 정보를 제공하는 사업에 두 이해당사자의 뜻이 다를 수 없다.

낙농 자조금제도를 최초로 도입하여 성공적으로 추진하고 있는 미국의 경우에도 자조금 제도의 법제화를 통해서 낙농가와 유업체가 공동으로 참여하고 있다.

낙농가는 우유 및 담배조정법(1983년)에 의해 원유 100파운드당 15센트를 부담하여 우유와 유제품에 대한 소비촉진 활동을

펼치고 있으며, 유업체는 음용우유촉진법(1990년)에 의해 음용우유 100파운드당 20센트의 자조금을 의무적으로 부담하여 음용우유에 대한 소비촉진활동을 집중적으로 실시하고 있다.

새 천년을 맞으면서 WTO 차기 협상이 본격적으로 진행되고 이에 따라 개방의 파고가 더욱 거세질 경우, 우리 우유에 대한 시장은 더더욱 위축될 수밖에 없다. 이를 슬기롭게 해결해 나가는 확실한 수단 하나가 우리 우유의 시장을 꾸준히 확대해나가는 일이며, 이를 위해서 자조금사업이 지속되어야 한다는 것은 두말할 나위가 없다.

그렇지 않을 경우 시장이 위축된 만큼 생산을 줄여야 한다. 개별 낙농가가 원유를 생산하는 것은 자유이지만 생산한 우유의 시장을 지키고 확대해 나가는 것은 낙농산업관련자 모두의 책임이고 의무이다.

자유경쟁시장에서 안정된 시장이 없이 안정된 공급이 있을 수 없기 때문이다. 내가 부담하는 자조금은 손실이 아닌 투자이다. 낙농가와 유업체의 결연한 의지와 용기가 요구되고 있다.

더불어 낙농가들의 자발적인 참여와 더불어 모든 낙농가와 유업체가 함께 참여할 수 있는 법적인 조치가 조속히 강구되기를 기대한다. ☺

〈필자연락처: 042-821-5700〉