

계육산업뉴스

Broiler industry



발행인 : 김홍국 편집 : 이재하
(우 463-050)경기도 성남시 분당구 서현동 272-5(수의과학회관 402호)
(0342)707-5722~4 FAX (0342)707-5725
기획편집 : 먼지미디어 (02)2263-3598



제5권 제10호 통권52호

- 계육산업 발전을 위한 제언 -

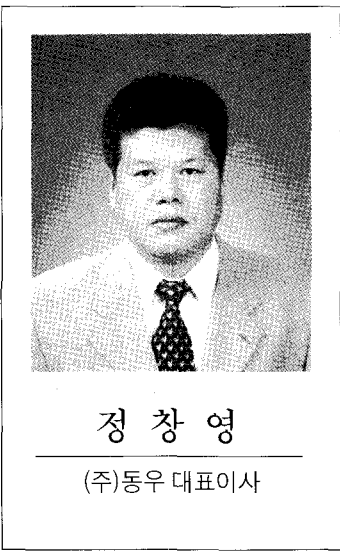
계육 시장의 안정화를 위한 우리의 할 일

지난 9월 2월 본 협회와 그리고 미국 곡물협회의 주선으로 전 Goldkist 최고 경영자(C.E.O.)였던 Mr. Harold O. Chitwood씨께서 본사를 방문하였다.

계육생산과 관련된 많은 유익한 토론의 기회와 그리고 선진 미국 계육 산업의 발전의 산 장본인으로서 충분한 경험을 전달 받을 수 있는 자리를 마련해준 협회 관련자들에게 이 자리를 빌어서 감사의 말씀을 전하고자 한다.

미국의 계육 산업에 대하여 Mr. Chitwood씨와의 대담과 그리고 준비된 관련 원고를 통해서 우리 계육 산업이 당면해 있는 현실을 돌아보고 앞으로 나아가야 할 길에 대해서 가늠해 볼 수 있었던 시간이었다. 우리나라에서 수직 통합 계열사업의 기치를 내걸고 그 동안 온갖 어려움을 무릅쓰고

완전 수직 통합 계열 경영을 위한 각고의 땀과 노력을 기울여온 지 십수년이 지난 오늘에도 우리는 아직도 빈번하게 요동치는 닭고기생계시세의 변동 싸이클에서, 그리고 시장 개방이 완료된 국제 경쟁상황 아래서 밀려드는 값싼 수입육과 힘겨운 경쟁을 하고 있다. 국제 경쟁력 확보를 위해 육계생산비를 낮추어야하는 목표가 있는데도 불구하고 매일매일의 생계시세 변화에 우리의 정력을 소진하고 있는 것 같다. 흡사 우리나라의 현재 상황은 미국의 1940년말과 같이 계열산업이 발전하는 과정의 시기처럼 아직도 소위 '공급측-공급자' 생산상황을 탈피하지 못하고 있는 것 같다. 아직도 많은 일반 사육농가(계열 사육농가와와는 다른 독립적인 소유형태)는 자신들이 입추한 닭들이 판매될 시장이 있는지 없는지 모르는 채 단지 시세의 흐름에 주관적인 확신의 판단을 근거로 그들이 원할 때 높은 가격에 팔고자 하는 희망만을 가지고 생계를 기르며, 부화장은 아직도 독립된 개개회사에 의해서 운영되고, 많은 유통상인들은 시세차익의 노하우를 믿으며 가격변동의 곡선에 파도를 타다가 파산을 불러오기도 하고 병아리 값이 요동치고 조기도 태, 강제 환우, 생계시세는 폭등과 폭락으로 반복되는 악순환을 당연하게 받아들이고 있는 현실이 아닌가 한다.



정창영

(주)동우 대표이사

미국의 계육 산업을 통해서 살펴볼 수 있듯이 지난 50년간 지속적인 성장세를 실현하고 앞으로의 성장전망도 긍정적으로 이어질 수 있도록 하였던 원동력은 완전 수직 통합 계열구조의 새로운 생산비 절감 생산 방식으로 <그들이 생산했던 것을 판매하는 시장-즉, 공급자 시장>에서 <시장이 원하는 것을 생산하는 방식-즉, 수요자 중심>을 실현하여 쇠고기 및 돼지고기와 비교하여 상대적으로 저렴한 가격으로 소비자들에게 높은 품질의 닭고기 공급을 지속적으로 실현한 데 있다. 이와 더불어 사회 구조의 변화에 기인한 편리한 제품 수요를 짚고 높은 품질과 다양한 가공제품으로 소비자의 요구를 충족 시키고 잠재수요를 끊임없이 창출하여 오늘에 이르고 있다.

주지하고 있다시피, 닭고기 및 닭고기 제품이 가지고 있는 걸출한 특징들 때문에 우리나라만이 아니라 세계적으로 시장의 성장세는 이어질 것이다.

그러나 이러한 성장의 혜택이 결국에 누구에게 돌아가게 하는가는 또 다른 별개의 문제일 것이다. 우리의 노력의 여하에 따라서 우리의 시장을 고수하고 나아가 세계시장에 경쟁력있는 제품을 가지고 당당하게 나서는가 하면, 혹은 밀려드는 수입 닭고기에 우리의 터전을 내주고 소중한 시장자원을 다른 나라에 맡겨야하는 비운에 처할 수도 있다.

우리가 우리 계육 시장의 안정화를 위해 해야 할 일에 대한 답은 이미 분명하다. 하루빨리 계열업체는 실질적으로 완전한 수직 통합경영체제를 완성하여야 하며, 계획생산과 계획 판매에 의한 시장안정을 이루어야 하며, 모든 단계별 과정에서 국제 수준으로 생산비를 낮추어 소비자들에게 값싸고 우수한 품질의 제품을 제공하고 이에 의한 소비를 더욱 촉진키 위하여 다양한 계육제품을 개발하고 홍보하여 소비자의 잠재 수요를 끌어내서 계육 수요를 절대적으로 확대해 나가야 하는 것이다.

이제는 단지 주장이 아닌 실천이 요구될 뿐이다. 과잉생산-손실발생-생산량 감축-이익발생-과잉생산-손실발생의 반복 악순환을 완전 통합 경영체제로 극복할 수 있다.