

2007년 양돈자조금 예산내역 및 사업추진방향



고진각 국장
양돈자조금관리위원회 사무국

1. 사업 개요

2007년도 양돈자조금사업의 가장 큰 변화는 예비비와 교육 및 정보 제공사업 비중의 대폭 확대에 있다. 다른 부분의 사업비 증액만큼 소비 홍보사업의 예산 비중은 줄었는데, 특히 TV광고의 경우 예산이 전년 대비 25% 이상 줄었다. 이러한 변화의 배경에는 한미FTA 등 시장개방에 대한 위기감의 고조가 가장 큰 것으로, 소비홍보도 중요하지만 TV광고 보다는 소비시장을 지키기 위한 제반 투자를 해야 할 때라는 농가의 요구가 반영된 것이라 하겠다.

2007년도 사업별 예산 세입 및 세출 계획은 <표 1, 2>와 같다.

우선 세입 항목을 보면 10억원 규모의 기타 조성금 항목이 새로 신설된 것을 볼 수 있다. 기타 조성금에 대한 해석을 '양돈농가, 종돈장, 육가공업체, 사료업체, 도축업체, 동물약품업체 등의 기부금'으로 해놓았는데, 이것은 양돈자조금사업이 4년차에 접어드는 시점에, 사업의 혜택을 직·간접적으로 누려온 관련업체가 능동적으로 자조금 구성에 참여

<표 1> 2007년도 양돈자조금 예산 세입 계획

(단위 : 천원)

구분	기금	거출금	계	백분율(%)
농가 거출금		5,200,000	5,200,000	45.2
정부 지원금	5,000,000		5,000,000	43.5
이익 잉여금		300,000	300,000	2.6
기타 조성금		1,000,000	1,000,000	8.7
계	5,000,000	6,500,000	11,500,000	100.0

<표 2> 2007년도 양돈자조금 사업별 예산 세출 계획

(단위 : 천원)

구 분	사업예산	2007 예산비중(%)	2006 예산비중(%)	증감률(%)
소비홍보	6,825,000	59.3	76.1	-16.8
교육 및 정보제공	1,754,920	15.3	9.1	6.2
조사연구	777,700	6.8	3.8	3.0
징수수수로	260,000	2.3	2.1	0.2
운영관리비	500,044	4.3	5.0	-0.7
예비비	1,382,336	12.0	3.8	8.2
계	11,500,000	100.0		

할 것을 독려하는 동시에, 그동안 자조금 외에도 양돈산업 발전을 위해 농가들이 자발적으로 기부해온 자금들을 자조금으로 공식화해 농가들의 자부심을 높이고 농가조성금 실적을 올리고자 한 것이다.

실제로 지역별 돼지고기 소비촉진 시식회가 개최될 경우, 자조금으로 지원되는 부분 외에 지역 농가들이 각출한 별도의 비용이 더 소요되는 경우가 많은데, 이러한 각출금을 농가 거출금으로 인정하여, 차년도에는 더 많은 정부 지원금을 확보하는데 유리할 것이라 예측이다.

농가 거출금은 도축두수의 감소 등을 고려하여 전년보다 3억60천만원 정도 줄여 잡았으며, 정부 지원금은 전년보다 2억원 늘린 50억원으로 산정



▲ 2007년도 양돈자조금사업의 가장 큰 변화는 예비비와 교육 및 정보제공사업 비중의 대폭 확대에 있다.

했다. 여기에 전년 이월 예상액과 기타 조성금 10억원을 합쳐 총 115억원 규모의 세입 예산을 만들었다.

세출 항목에서는 예비비의 예산을 크게 늘린 것이 눈에 띄는데, 이것은 FTA 등 자유경쟁시장에서 탄력적이고 유동적으로 위기에 대처할 수 있는 여유 자금의 확보가 필요하

다는데 공감대가 형성되었기 때문이다.

2. 사업추진방향 및 추진계획

2007년도 사업추진방향은 첫째, 국산 돼지고기 경쟁력 확보, 둘째, 제도 정착 및 안정적인 자조금 운영, 셋째, 안전한 돼지고기 생산 및 친환경 양돈 산업 분위기 조성으로 잡았다.

사업의 비중도 크게 바뀌었는데, 특히 주목할 것은 TV광고를 비롯한 소비홍보사업의 비중이 전년 75.5%에서 59.3%로 16%, 금액으로는 12억원 이상이 감소되었다는 것이다. 이 부분의 예산은 앞서 말한 바와 같이 예비비 확보(8.2% 증가, 10억원)와 교육 및 정보제공사업의 강화(6.2% 증가, 7억원)를 위해 쓰여질 예정이다.

각 사업별 주요내용은 <표 3>을 참고하기 바란다.

소비홍보사업에서 양돈산업 견학이 새롭게 추진된다. 이것은 소비자가 친환경적이고 위생적인 양돈산업 현장을 실제로 견학하도록 함으로써, 양돈산업에 대한 소비자 의식을 제고하게 하고, 이러한 경험이 직·간접적으로 국산 돼지고기 소비촉진에 기여토록 하고자 하는 것이다.

교육 및 정보제공사업의 큰 변화는 시·군 등



<표 3> 2007년도 양돈자조금 주요추진사업

사업 구분	사업 내용
소비홍보사업	TV·라디오광고, TV캠페인, PR사업, 온라인홍보, 요리강습 및 시식회, 홍보물 제작·배부, 돼지사진콘테스트, 양돈산업견학 등
교육 및 정보제공	거출홍보, 안전축산물 계도광고, 양돈지도자연수회, 도별 양돈인대회, 지역별 교육행사, 양돈인력양성, 양돈자조금 소식지 제작·배부, 인터넷정보제공 등
조사연구	소비실태조사, 국산 돼지고기 판매점 인증 연구, 유통감시원 운용, 돼지고기 우수성 연구, 소모성 질병 실태조사, 해외시장 조사, 자조금운용효과분석 등



지역별 소규모 교육활동의 확대와 자체 교육 활동에 대한 지원 확대로 볼 수 있다. 그동안 주로 각도별로 일괄 진행되던 교육행사를 각 시·군별로 양돈농가가 주도하여 그 때 그 때 필요와 상황에 맞는 주제로 진행함으로써, 사업의 효과와 농가의 만족도가 크게 향상될 것으로 기대된다.

조사연구사업에서는 돼지 소모성 질병 조사와 국산 돼지고기 판매점 인증 연구, 유통감시원 운용 사업 부분에 대한 설명이 필요할 듯하다.

돼지고기 소모성 질병 실태 조사는 소모성 질병의 타파가 농가의 생산성 향상에 중요한 관건이었는데 의견을 모아 올해 처음 추진하는 것이고, 국산 돼지고기 판매점 인증 연구는 판매점에서의 수입 돼지고기의 둔갑 판매를 방지하기 위한 인증사업의 실효성을 사전에 점검하고, 향후 대책이나 추진 방향을 마련하기 위한 것이다.

유통감시원 운용은 수입산 돼지고기의 둔갑 판매를 적발할 수 있는 전문가를 고용하여 지역의 명예유통감시원의 활동을 지원케 함으로써, 수입산 돼지고기의 둔갑 판매에 제동을 걸어 국산 돼지고기 시장을 보호하고 소비자의 권리를 보호하기 위한 것이다.

3. 맺으며

양돈자조금사업은 자유경쟁시장에서 국산 돈육의 소비시장을 적극적으로 지켜내겠다는 농가의 자발적 의지로 시작된 것이다. 2004년도에 처음 사업이 시작된 이래 양돈자조금사업은 본래의 역할을 충실히 이행해, 국산 돼지고기의 이미지 제고와 양돈농가의 위상 향상에 많은 기여를 했다고 본다.

새해에도 양돈자조금의 할 일이 많은데, 특히 농가를 위한 교육 및 정보제공사업이 다양해지는 만큼, 농가에서도 많은 관심을 가지고 적극적으로 참여해 주시길 바란다.

지난 한 해 양돈자조금에 보내주신 성원에 감사드리며, 희망찬 돼지의 해, 정해년 황금돼지의해를 맞이하여 모든 양돈농가분들의 건강과 국내 양돈산업의 발전을 기원해 본다. **양돈**