

각계 전문가들이 말하는 ‘오리, 불황을 넘어라’ - 국내 오리산업 경쟁력 제고를 위한 방안

“국내 오리산업 생존, 의무자조금 조기시행 속결이 해답”



박종수
충남대학교 농과대학 교수

무한의 경쟁경제체제에서 생산자가 안정적인 소득을 지속적으로 확보해 나가기 위해서는 소비자로부터 선택받을 수 있는 고품질의 안전한 농산물을 최소비용으로 생산하는 것이 농업경영의 필요조건이라면, 고품질의 안전

한 농산물의 시장이 지속적으로 확대될 수 있도록 소비촉진활동에 참여하는 일은 농업경영의 충분조건인 것이다. 이런 맥락에서 오리자조금제도의 도입은 개방시대를 대처하는 시대적과제이다.

오리산업이 생존하기 위해서는 소비자를 감동시킬 수 있고, 소비자로부터 선택받을 수 있는 마케팅지향적인 오리산업의 경영이 불가피하다. 마케팅지향적인 경영은 4P 마케팅믹스(제품전략, 가격전략, 유통전략, 홍보전략)를 소비자 관점에서 조망하며, 이를 조화 있게 통합해나가는 것을 말한다.

특정 상품의 시장수요의 확대와 관련하여 중요한 개념의 하나가 앞에서 제시한 마케팅 믹스(marketing mix)이며, 이는 한 산업 또는 기업이 상품판매를 통해 그들이 추구하는 목표이익을 달성하기 위해서 목표시장에서 다양한 유통관리요소를 적절히 관리하는 것을 말한다. 이러한 유통관리의 대표적인 요소에는 McCathy가 주장한 4P요소 즉, 제품(Products), 가격(Price), 분배(Place-distribution) 및 소비촉진(Promotion)등이 있다. 합리적인 유통관리를 통해 산업이 추구하고자 하는 목표이익을 달성해 나가기 위해서는 소비자 지향주의(consumer orientation)에 입각하여 ① 좋은 제품의 생산·판매 ② 적절한 가격형성 ③ 분배조직의 합리화 및 ④ 소비촉진(promotion)활동을 적절히 실시해야 한다는 것을 의미한다.

이를 오리산업과 관련시켜 볼 때, 오리고기가 시장에서 소비자로부터 우선적으로 선택받아서 오리고기의 시장이 확대되기 위해서는 ① 양질의 안전한 오리고기가 생산·공급되어야 하며, ② 시장에 공

급되는 오리고기의 가격도 적정해야 하고, ③ 오리고기의 유통이 합리적으로 이루어져야 함은 물론 ④ 오리고기에 대한 소비촉진활동도 다양하게 추진되어야 한다는 것이다. 이러한 유통관리 요소 가운데 오리고기의 가격은 시장수급에 의해서 결정되고 오리고기의 유통은 유통업자들에 의해서 주도될 수밖에 없다. 그러나 양질의 안전한 오리고기를 생산하는 일과 해당 오리고기에 대한 수요증대를 위해 소비촉진활동을 전개하는 일은 오리생산자들 스스로에 의해 해결할 수도 있는 것이다.

그런데 여기에서 고품질의 안전한 오리고기를 생산하는 일은 생산자 개개인이 스스로의 힘으로도 가능하며, 또 개별생산자의 노력으로 이루어 낼 수 있다. 그러나 오리고기의 소비촉진활동은 개별생산자의 힘만으로는 매우 어려운 것이 사실이다. 따라서 해당 오리고기를 생산·판매하는 생산자들이 함께 참여하여 공동으로 이루어 낼 수밖에 없는 부분이다.

더욱이 대부분의 오리산업은 그 생산을 위해서 고정투자를 많이 해야 하고 생산기간도 장기간이 필요하므로 생산과 공급이 매우 경직적일 수밖에 없다. 따라서 생산자들은 해당 오리고기의 시장에 초과 공급될 때에 생산과 공급을 단기적으로 조절하기가 매우 어렵다. 그러므로 생산량을 감축하지 않고 생산자의 실질소득을 꾸준히 유지·증대시켜 나가기 위해서는 증산된 오리고기에 대한 소비시장을 꾸준히 확대시켜 나가야 한다. 증산된 오리고기에 대한 추가 수요가 나타나지 않거나 침체될 경우 공급과잉으로 인한 수급불안과 가격하락이 불가피하며, 그로인한 손해는 생산자의 몫일 수밖에 없다. 따라서 오리생산자들은 자기들이 생산하여 시장에 공급하는 오리고기에 대한 수급 및 가격안정을 통

해 안정된 소득을 확보하기 위해서 공동으로 소비촉진활동을 전개하는 일이 경영활동에서 매우 중요한 의미를 가진다.

◆ 자조금제도의 의의 및 필요성

이러한 소비촉진활동에 필연적으로 수반되는 것이 비용이며, 이 비용을 오리고기의 소비촉진활동을 통해서 이익을 직접적으로 혜택받는 오리생산자들이 부담하여 조성한다면, 그 공동 조성액이 바로 자조금이다. 즉, 특정 산업의 이해 당사자들이 특정 사업목표를 설정하고 사업수행에 필요한 자금을 그 사업수행을 통해 혜택을 받는 자들이 공동으로 부담하여 조성하고 운영하는 특정의 목적기금이 소위 자조금(check-off funds, self-help funds)이다.

이러한 자조금은 일반적인 조세(taxes, duties)와는 근본적으로 다르다. 조세는 국가가 재정을 확보하기 위해서 국민에게 납세를 의무화하는 비자율적인 비용인 반면에 자조금은 특정 산업의 구성원들이 그들 산업을 스스로 보호하고 발전을 꾀하기 위해서 민주적인 방식에 의해 자발적으로 부과·부담하여 조성하는 자율적인 자금(autonomous funds)이기 때문이다. 그러므로 자조금은 특정 산업에 속하는 단체의 한 구성원 또는 일부의 힘만으로는 해결할 수 없는 그 산업전체의 문제를 공동(collective action)으로 해결하기 위해 공동으로 조성하여 운영하는 공동의 자발·자율적(voluntary and autonomous)인 자금이다.

따라서 오리고기의 자조금은 오리고기를 생산하는 생산자들이 개별적으로나 그들 일부의 힘만으로는 해결할 수 없는 사업 즉, 오리고기의 소비홍보,

새로운 오리고기의 개발과 보급, 소비자 교육과 조사·연구 등을 포함한 오리고기의 소비촉진활동사업 등을 위해 제한적으로 사용되는 생산자들의 자구적 자금인 것이다.

또한 오리고기는 완전경쟁시장에서 시장의 수요와 공급의 원리에 의해서 시장가격이 결정된다. 따라서 오리생산자들이 자조금을 이용하여 해당 오리고기에 대한 소비촉진을 실시함으로써 궁극적으로 해당 오리고기에 대한 시장 수요가 증가된다면, 단기적으로는 해당 오리고기의 시장공급량이 일정하더라도 시장가격의 상승에 따른 오리의 수취가격의 상승과 소득증대로 연계될 수 있을 것이며, 장기적으로는 오리의 생산 및 공급증대와 더불어 가격안정(상승)을 동시에 이룰 수 있음으로서 오리생산자의 수익이 생산증대 및 가격상승 부분만큼 증대될 수 있는 것이다.

이러한 자조금을 조성하는 방법은 두 가지로 나누어 생각할 수 있다. 그 하나는 관련산업 구성원의 결의와 동의를 바탕으로 민주적 절차에 따라 납부제도를 법제화하여 모든 구성원이 의무적으로 납부하도록 하는 의무자조금제도(mandatory check-off system)이고, 다른 하나는 의무납부의 규정이 없이 구성원들이 자발적으로 납부하여 조성하는 임의자조금제도(voluntary check-off system)이다.

현재 오리산업은 임의자조금제도이다.

임의자조금제도는 자기가 생산·판매하는 오리고기에 대한 소비촉진의 타당성을 인정하고 납부를 희망하는 생산자들이 스스로 자진하여 자조금을 주관하는 단체에 일정액(자조금)을 납부·송금하여, 그 자진 납부한 금액을 해당 오리고기의 소비촉진 사업에 운용하는 자구적 제도이다. 임의자조금은

오리산업의 발전에 관심이 큰 생산자를 중심으로 자발적으로 모금하여 해당 오리생산물의 소비촉진에 참여함으로써 단체의 자의성이 보장되고 자조금 사업에 참여를 꺼리거나 반대는 생산자들의 불만을 원천적으로 차단할 수 있다는 점에서 장점을 가지고 있다. 그러나 자조금은 오리고기의 첫 거래시점에서 첫 거래자가 징수하여야 하지만, 오리고기 유통체계가 복잡하고 다양하며, 불투명할 경우 자조금의 거출이 쉽지 않음. 따라서 자조금의 거출을 각 오리생산자 스스로의 자진납부에 의존할 수밖에 없으나 납부기대가 어려워 제도자체가 무의미할 가능성이 크다. 양돈과 양계부문도 초기에 임의자조금제도를 시도하였으나 자조금의 거출에 성공하지 못하였고, 이후 사슴, 오리, 토종닭, 양봉, 포도, 배추, 화훼 등 다양한 품목에서 임의자조금제도를 시도하였으나 성공하지 못하고 있는 것이 사실이다. 또한 과도한 무임편승자로 인한 임의자조금제도의 실패는 자칫 의무자조금제도의 도입만을 지연시킬 우려가 있으며, 초기에 참여한 생산자도 해를 거듭할수록 이탈할 가능성이 크다. 자조금의 조성 가능한 금액을 예측하기도 어렵기 때문에 자조금의 사업계획을 합리적으로 수립·시행할 수 없으며, 극히 소액의 조달액으로는 계획적이고 효율적인 소비촉진프로그램의 추진이 불가능하여 참여 생산자의 기대에 부응하기가 어렵다.

동일 품목의 산업 내에서 자조금사업의 참여 생산자와 비참여 생산자 간에 자칫 분열이 야기될 수도 있다.

의무자조금제도는 특정 오리고기를 생산·판매하는 생산자들의 공감대를 얻어 생산자가 오리고기에 대하여 일정한 극소액을 의무적으로 납부하도록 하여 해당 오리고기의 소비촉진에 활용하는 자구적 제도이다. 의무자조금제도는 해당 품목을 생산·판매

하는 모든 생산자가 자조금을 납부하여 해당 오리고기의 소비·촉진에 스스로 참여함으로써 오리고기의 산업발전에 대한 생산자의 자긍심과 응집력을 제고할 수 있다는 것이 큰 장점이다. 또한 자조금의 일괄적 징수가 가능하고, 자금의 조달과 운용액을 사전에 예측할 수 있음으로서 계획적이고 합리적인 소비촉진 프로그램의 수립·시행이 가능하다. 뿐만 아니라 오리고기의 소비촉진사업에 모든 생산자가 직접 참여함으로써 오리고기의 수급안정을 비롯한 정부의 정책에 적극적인 참여와 역할을 유도할 수 있는 원천이 될 수 있다. 반면 자조금의 의무 징수를 위해 오리생산자들의 공감대를 얻기 위한 시간과 절차가 필요할 뿐 아니라 의무자조금제도를 뒷받침할 입법이 요구되며, 임의자조금제도 이든 의무자조금제도이든 자조금의 도입을 위한 논의나 집행과 정상 기준 또는 기득권 조직을 중심으로 전개해 나갈 경우 해당 조직들의 이익주장으로 합의가 어렵고 갈등의 우려가 있을 수 있다.

자조금은 원천적으로 오리 생산자들의 자발적인 참여(voluntary participation)를 전제로 하는 임의자조금제도가 그 시발점이라 할 수 있다. 그러나 임의자조금제도하에서 생산자의 참여율이 낮고 무임편승자(free rider)가 많으면 그 제도자체가 의미를 갖지 못한다. 따라서 생산자들의 절대적인 동의를 전제로 해당 오리고기를 생산·판매하는 모든 생산자들이 의무적으로 참여(mandatory participation)하여 조성·운용하는 의무자조금제도를 채택하는 것이 일반적이다.

◆ 자조금사업의 예상 효과

오리산업의 자조금사업은 오리고기의 수요확대를

통해 공급과잉으로 나타나는 수급불균형을 해결한다는 차원에서 생산자 생산자들 자율에 의한 오리고기의 자율적인 수급안정수급조절 사업으로서의 역할 뿐만 아니라 수요확대를 통해 단기적으로는 동일한 공급조건에서 가격인상의 효과를 얻을 수 있고 장기적으로는 생산량 증대를 통해 추가적인 소득향상을 효과를 얻을 수 있는 데에서 매우 큰 의미가 있다.

특히 오리고기는 시장의 수급에 의해 가격이 결정되기 때문에 오리고기의 소비촉진활동을 통해서 궁극적으로 해당 오리고기에 대한 시장 수요가 증가되면 단기적으로는 동일한 공급량일지라도 해당 오리고기가격이 올라가기 마련이고, 해당 오리고기의 시장가격이 상승하면 오리의 수취가격의 상승과 소득증대로 연계될 수 있다.

또한 장기적으로는 수요량이 증가된 만큼 생산 및 공급량의 증대가 가능하고 더불어 가격안정(상승)이 동시에 이를 수 있음으로서 해당 오리고기를 생산하는 생산자의 소득안정과 오리고기의 시장안정에 기여할 수 있을 것이다.

자조금제도를 통해 오리고기에 대한 소비촉진활동이 원활히 이루어질 경우 오리고기의 기대되는 가격효과 즉, 오리생산자의 이익이 어떻게 나타날 수 있는 것인지는 수요와 공급곡선을 이용하여 간단하게 설명 할 수도 있다.

오리고기의 시장가격은 수요와 공급곡선이 만나는 점에서 형성되는데, 이때 수요곡선은 가격이 증가하면 수요가 감소하는 우하향 곡선이고, 공급곡선의 경우 다음 두 가지의 경우를 생각할 수 있다.

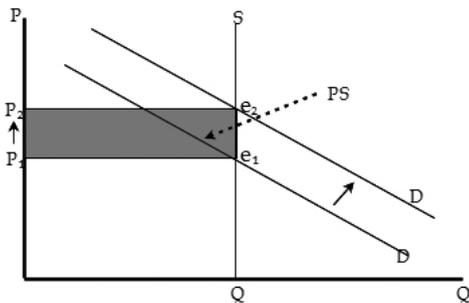
| 기획특집 |

첫째는 오리고기의 공급이 가격변화와 관계없이 단기적으로 변화할 수 없는 경우이며, 이는 오리고기의 생산할당제에 의해서 생산에 제한을 받거나, 사육면적이나 노동력 등의 생산요소의 제한을 받아 단기적으로 생산을 증가하거나 감소할 수 없는 경우다. 이 경우 공급 곡선은 수직선이다.

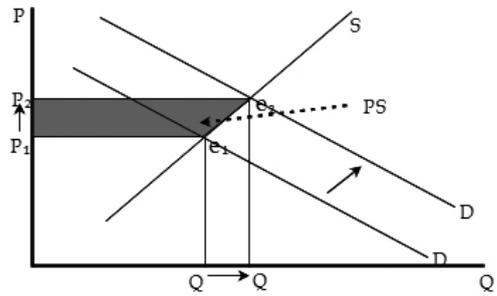
둘째는 가격의 증감에 따라 공급량이 증감을 같이 하는 우상향 공급곡선의 경우다.

먼저 단기적으로 공급을 조절할 수 없는 공급곡선이 수직인 경우를 살펴보면, <그림 1>에서 오리고기의 소비촉진활동이 실시되기 이전의 균형점은 그때의 수요곡선인 D1과 공급곡선인 S가 만나는 점에서 이루어져 균형가격과 물량은 P1 과 Q1이 된다. 여기에 성공적인 소비촉진사업이 시행되었다고 가정하면, 종전의 수요곡선 D1은 D2로 이동하게 되어 균형가격은 P1에서 P2로 증가하게 된다. 그러나 공급곡선이 수직이므로 균형 물량은 여전히 Q1에 남게 되어 그림에서 그늘지게 표시된 면적 즉, P1e1e2P2이 판촉활동(자조금사업)에 따른 가격상승효과로 인해 얻게 되는 생산자이익의 증가분 또는 생산자잉여(Producer Surplus, PS)가 된다.

다음에는 오리고기의 공급곡선이 우상향하는 경우



<그림 1> 수직 공급곡선과 소비촉진의 경제적 효과

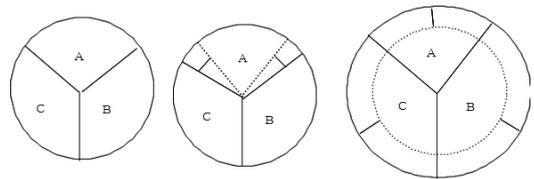


<그림 2> 우상향 공급곡선과 소비촉진의 경제적 효과

임. 오리고기에 대한 성공적인 자조금사업 즉, 소비촉진사업을 통해 <그림 2>에서와 같이 수요곡선이 D1에서 D2로 이동하고 그 결과로 인해 균형가격과 균형수량이 각각 P2와 Q2로 증가하게 된다. 이때 소비촉진활동을 통해 나타나는 가격상승효과로 인해 기대되는 생산자이익의 증가분은 P1e1e2P2로서 그늘진 면적이며, 이 같은 이익을 자조금부담액으로 나누어 자조금에 대한 투자이익율이 된다.

한편 오리고기의 자조금사업은 오리고기의 제한된 시장에서 가공업체끼리 서로 시장 빼앗기 경쟁을 탈피하여, 오리고기에 대한 총 시장의 파이를 키워 나간다는 데 그 목적과 의미가 있으며, 그러한 사업을 특정 상표를 가진 회사나 기업이 아닌 생산자들 스스로 또는 기업이 함께 추진함으로써, 공동의 이익을 추구하자는 것이다.

오리고기의 자조금사업이 추구해야 할 바람직한 목표



<그림 3> 자조금사업과 소비촉진

표는 오리고기의 시장을 <그림 3>의 (Ⅲ)의 형태로 끌고 가자는 것인바, 즉, 생산자나 업체의 목표가 <그림 3>의 (Ⅱ)와 같이 한정된 시장에서 타사의 시장을 잠식하는 데 둘 것이 아니라 모형(Ⅲ)과 같이 총 시장을 확대시킴으로서 자사 제품의 시장을 동시에 확대하자는 것이다.

◆ **오리산업의 의무자조금제도 시행방향**

1) **생산자 및 오리산업 관련자 주도의 자구책**

- **생산자 및 오리산업 관련자의 이해와 공감대 형성**

자조금사업의 성공을 위해서는 1차적으로 해당 품목을 생산하는 생산자들의 상호 이해와 공감을 바탕으로 적극적인 참여가 전제되는 것이다. 생산자의 참여부족은 1차적으로 해당 품목을 생산하는 생산자의 이해와 공감대가 부족한 데에서 기인됨. 어디까지나 자조금의 부담자는 생산자이다.

따라서 생산자의 자조금에 대한 이해와 공감대가 형성되지 않는 한, 자조금제도는 절대로 성공할 수 없다. 무엇보다도 생산자 스스로가 오리고기를 생산·판매할 때, 자조금을 자발적으로 납부하겠다는 의지와 더불어 실제로 자진해서 납부하는 자세가 요구된다.

이를 해결하기 위해서는 자조금사업을 충분히 이해하고 있는 지도자와 전문가들이 주축이 되어 자조금사업의 필요성에 대해서 생산자들을 적극적으로 설득시키고 이해시키는 절차가 강화되어야 한다.

2) **자조금의 합리적 구성과 운영**

- **무임편승자의 배제와 부담자에 의한 특정 목적사업 수행**

자조금의 구성은 원칙적으로 오리를 생산·판매하는 생산자가 부담해야 하나, 단기적으로 생산자의 적극적인 참여를 유도한다는 차원에서 생산자의 조성액에 정부가 대응자금을 지원한다는 것은 매우 바람직하며, 무임편승자를 배제하고 산업의 일체감을 공고화하기 위해서 의무자조금으로 전환이 불가피하다.

생산자로 부터 징수하는 의무자조금은 오리고기의 1차 가공업체에서 징수하여 자조금단체에 송금하도록 해야 하나, 유통이 투명하지 못한 거래의 경우 징수가 쉽지 않기 때문에 사육규모에 기준하여 부과·징수하는 경우도 생각해 볼 수 있으며, 이를 자조금단체가 주도하면 된다.

구성된 자조금의 운영하는 데 있어서는 생산자들의 의사에 의한 민주적 관리와 사업의 공개를 원칙으로 하며 국내산 오리고기의 소비촉진활동(소비홍보 및 광고, 소비자 영양교육, 조사연구, 등)과 자조금의 운영관리 및 평가에 필요한 경비 등으로 제한해야 한다.

3) **산업의 일체감 형성과 공통과제의 공동대처**

- **산업과 정부의 공동프로그램**

해당품목의 생산자와 생산자 단체, 가공업자, 유통업자들을 포함한 해당산업의 관련자 모두의 협조와 동참이 무엇보다도 필요함. 오리자조금제도는 오리산업의 발전을 위한 오리산업의 관련자 모두의 자조금이지, 특정 집단이나 단체를 위한 자조금이 절

대로 아니기 때문이다.

그렇다고 오리자조금제도가 오리산업의 모든 문제를 일거에 해결해 줄 수 있는 마법의 조치도 아니라는 것도 분명히 알아야 한다.

4) 공정한 사업평가 및 운영공개

사업의 성과에 대하여는 전문가에 의해 철저하고 객관적인 평가가 이루어지도록 해야 하며, 자금의 조달 및 운영에 관한 구체적인 사항 등에 대한 정부의 간섭은 배제하되, 이는 여러 이해당사자들의 공익에 관계되는 제도이므로 자금의 본래 목적대로의 사용, 사업의 공정한 평가 등에 대해서는 정부의 적극적인 지도 감독 및 지도·협조가 필요하다.

5) 의무자조금제도의 도입

앞에서 살펴본 바와 같이 임의 자조금제도에서 무임편승자 문제가 자조금제도발전의 큰 걸림돌이 되고 이 같은 무임편승자의 배제를 통한 자조금사업의 완전한 정착을 위해서는 의무자조금제도로의 전환이 필요하다.

이에 현재 추진 중인 오리분야의 임의자조금제도를 전반적으로 조망하고 의무자조금제도로 전환시킬 수 있는 방안을 체계적으로 조사·연구하여, 동 연구를 바탕으로 의무자조금제도의 도입정책을 수립하는 방안도 검토할 수 있을 것이다.

“소비자의 신뢰확보를 통한 오리고기 소비확대 방안”



김연화

한국소비생활연구원 원장
오리자조금관리위원회 부위원장
국내산오리인증위원회 위원

한·중 FTA협상개시가 지난 5월 2일 공식 선언돼, 14일 중국 북경에서 중국과의 FTA체결을 위한 1차 협상이 개최됐다. 여기서 주목할 점은 중국은 농축산대국이자 특히 세계 최대 오리생산국이라는 것이다. 중국과의 자유무역협정 체결이 가속화 되고 있는 지금, 오리업계종사자들이 국내 오리

산업을 사수하기 위해 준비해야 할 대처 방안은 무엇일까? 답은 소비자의 신뢰확보에 있다.

세계최대 오리생산국인 중국은 국내산 오리고기의 값보다 가격경쟁력을 갖고 있다.

상대적으로 저렴한 중국산 오리고기보다 국내산 오리고기가 경쟁력을 확보하려면 질 좋은 고급육으로 승부를 봐야한다. 국내산 오리고기는 질 좋은 생상을 통한 신선하고 안전한 먹을거리라는 인식을 소비자들에게 확보해 놓는 것이 해결책이다.