

# 「최고」 최선을 향한 노력

- 제조업자로부터 소비자여러분께 -

대관령 제일목장 김 무 남

## 1. 사회와 기업

아시겠지만 이 사회에는 많은 기업들이 있습니다. 그 기업들은 여러가지 것을 만들고 있습니다. 아주 작은 바늘 같은 것을 만드는 곳도 있고 비행기나 큰 배 같은 것을 만들기도 합니다. 무거운 쇠덩이를 다루는 곳도 있고 불면 날아 가는 솜이나 깃털을 만지는 곳도 있습니다. 이 사회는 이러한 여러 기업들의 힘과 기능이 모두 뭉치고 합쳐서 사회가 발전해 가고 있는 것입니다. 그런 면에서 우유의 가공 즉 유제품을 만들어 소비자들에게 공급하는 식품부분의 한 모퉁이를 맡은 우리들은 나름대로 최선을 다하고 있는 것입니다.

기업을 하는 목적은 두말할 것도 없이 이윤 즉 이익을 낳는데 있고 그 이윤은 물론 적은 것 보다는 많은 편이 좋으며 되도록 많은 이윤을 얻기 위해 노력하고 있는 것입니다.

그렇다고 무턱대고 어떤 짓이든지 가리지 않고 이윤만을 추구하는 그런 기업이 되고싶지도 않고 그런 일은 전혀 없다는 사실을 이 기회에 여러분께 단호하게 밝혀 두는 바입니다.

국내에는 여러 유제품 제조 기업이 있습니다. 그 기업들에는 많은 사람들이 일하고 있습니다. 회사 전체를 책임지는 사장 아래 제각기 여러 부서를 맡은 여러사람들이 힘과 마음을 합해서 일하고 있는 것입니다. 유유제품을 만드는데 아

주 전문가인 기술자를 비롯해 총무, 광고, 영업, 공장관리, 원료구입등 여러부서가 있고 공장에서 일하는 소녀 공원들에 이르기까지 제각기 손을 나누어 맡은 일에 정성을 다하고 있는 것입니다. 이들은 회사의 장래에 자신을 걸고 있는 것이며 단 한사람도 제가 해야할 일을 저버리지 않고 있는 것입니다.

하기야 여러 기업들이 서로 경쟁을 벌이고 있다보니 때로는 약간 과장된 표현의 광고가 나오는 경우도 있을 것이며 자사 제품만을 지나치게 허장성세한 점이 없지도 않을 것입니다.

그러나 이런 일들은 모두가 이 사회와 경제의 발전을 위한 선의의 경쟁인 것으로 이해 하셔야 합니다. 두말할 나위도 없이 자유경제체제는 경쟁을 통해서 발전하고 경쟁의 결과로 진보가 있는 것입니다. 따라서 경쟁을 배제한 체제는 이미 활력을 잃은 나머지 정체와 후퇴만이 있을 뿐입니다. 가까운 예로 자본주의적 경쟁의 원리를 육하고 그것을 전혀 용납하지 않고 있는 공산주의 국가의 국영일색의 기업들이 직면하고 있는 비능율과 낮은 생산성을 경쟁의 필요성을 웅변으로 증명하고 있는 것이며 그래서 오늘의 소련이나 중공 같은 공산주의 사회에서도 점차 경쟁의 원리를 도입하고 있는 것입니다. 그리하여 경쟁을 벌이게 한 결과 품질이 개선되고 생산성이 올라간 예가 실증되고 있습니다.

따라서 이러한 공정한 경쟁을 유도하고 선의

의 경쟁을 통한 발전을 위해 한편에서는 공정거래법 같은 법이 생겨 어느 한 기업에 의한 독점을 배제하고 카르텔 행위를 엄격히 규제하고 있는 것입니다.

따라서 다 같은 배경, 똑 같은 조건의 시장을 놓고 지금 여러개의 유가공 기업들이 매일 매일을 치열한 경쟁 속에서 한사람이라도 더 많은 소비자를 자기 제품쪽으로 끌어 들이고 한치라도 더 넓은 시장을 확보하기 위해 눈에 보이지 않는 경쟁의 불꽃을 튀기고 있는 것입니다.

경쟁에 이기는 원리는 아주 간단합니다.

그것은 제품의 질을 높고 소비자들의 신뢰를 얻는 일입니다. 그러나 이 말이 간단하고 쉽기는 하지만 실제에 있어서는 그렇게 쉬운 일이 결코 아닙니다. 품질의 차이란 전문가도 가리기 어렵는데 하물며 전문가가 아닌 소비자들로서는 깊은 부문에까지는 가려내기 어려운 것입니다. 단지 한가지 분명한 일은 소비자들은 별로 말이 없고 누가 시키는 것도 아니지만 자연적으로 소비자는 현명하며 기본적으로 품질이 좋지 않은 제품은 이내 소비자들로부터 외면을 당한다는 사실입니다. 이 사실은 사장을 위시하여 맨 아래 사원에 이르기까지 모두 잘 알고 있습니다. 게다가 한때 우리나라에 모든 물자가 부족하던 시절에는 어떻게든 만들기만하면 팔리기 때문에 자칫 품질문제가 비중이 낮은 점도 있지만 지금처럼 모든 물자가 풍부해지고 또 인플레이가 진정되어 물가가 안정되어 있는 상태에서는 품질이 좋지 않고서는 전혀 설 땅이 없어지는 것입니다. 이점은 소비자도 알고 있고 특히가공 생산을 맡고 있는 생산자 측은 뼈저리게 알고 있습니다. 그래서 우리들은 정정 당당하게 품질을 기준으로 한 경쟁을 전개하고 있는 것입니다.

## 2. 원료-가공-소비자

소비자 여러분께서도 국내 각지를 여행하다 보면 젖소가 유유히 풀을 뜯고 빨간 지붕의 사이로 가서있는 목가적 풍경을 보신 일이 있을

것입니다. 우유제품은 이들 여러곳에 흩어져 있는 목장에서 생산된 우유를 수집하는데서 부터 시작됩니다. 혹 아시는 분도 계시겠지만 낙농을 경영하는 농가나 목장에서는 매일 아침 젖소에서 짠 신선한 우유를 스테인리스로 된 통에 넣어서 한길가에 내다 놓으면 가공공장의 수집차가 돌아다니며 거두어 오기도하고 큰 목장에서는 직접 자기네 차로 실어오기도합니다. 이렇게 여러곳에서 원료를 모아 오기 때문에 첫째 원료의 품질부터 다양해지지 않을 수 없습니다.

또 한가지 특징은 우유가 좀 잘 팔린다고하여 원료가 더 많이 필요한 경우라도 우유의 생산은 젖소라는 살아있는 짐승을 상대로하기 때문에 무리하게 생산량을 늘일수 없습니다. 석탄이나 다른 공산품 원료 같으면 기계를 밤세워 돌리거나 기계의 수를 늘려서 더 많은 원료를 생산할 수 있지만 우유의 경우는 소가 사료를 먹어서 그 결과 우유를 짜는 것이기 때문에 생산량을 갑자기 늘이기가 불가능합니다. 뿐만 아니라 젖을 짜는 젖소의 수를 늘인다는 것은 더욱 어렵습니다. 왜냐하면 송아지는 한번에 한마리 밖에 낳지 못하며 임신기간이 10개월이나 되므로 아무리 서둔다고 하더라도 3년에 2마리 꼴 밖에는 송아지가 태어나지 않으며 모처럼 태어난 송아지도 그것이 숫놈일 경우는 우유의 생산으로 볼 때는 쓸모가 없는 것입니다. 게다가 송아지를 길러서 젖을 짜기까지는 짧아야 2년, 길면 3년의 세월이 흘러야하며 젖을 짜는 소도 2년에 한번은 새끼를 배도록 씨불이가 필요해 약 1년가량은 우유를 짜지 못합니다. 이것을 「전유기」라고 합니다만 전유기가 한 목장에서 여러마리의 소 가운데 차례로 돌아 오기 때문에 우유의 생산은 언제나 관계가 있는 것으로 필요에 따라 많이 생산하거나 적게 생산하도록 조절이 전혀 불가능합니다.

반대로 우유와 유제품의 판매가 시원치 않아 원료 우유가 남아 돈다고 하더라도 우유의 수집을 중단할 수도 없으며 젖소의 젖을 나지 않게

하기도 어려운 일입니다.

이와 같이 우유 가공업은 원료에서 많은 제약을 받게 되며 가공공장에서의 생산은 앞에서 말씀 드린대로 공원에서부터 사장에 이르기까지 합심하여 만들지만 다음은 유통단계가 문제입니다.

우유제품은 현재 전국 방방곡곡에서 팔리고 있습니다. 그러나 공장으로서 이들 소매상점에 되도록 신선한 제품을 배달해야하고 또 과정에서 품질이 변하지 않도록 최선의 지도를 해야하며 팔다 남은 것은 회수해 와야합니다.

이때문에 공장으로서 수송이 신속해야하고 소매점들이 늘 신선도를 유지할수 있게 하는데 많은 비용을 들여야합니다. 이러한 노력에도 불구하고 간혹 소매점들이 판매 기일이 넘은 제품을 파는 일이 있으며 그렇게 되면 자칫 소비자가 배탈을 일으키기도 하는 관계로 제조공장은 억울하게 앉아서 욕을 먹고 뒤통자리를 해야 하는 경우가 비일비재합니다.

그러니 이러한 어려운 점이 있다는 점에 대하여 소비자 여러분의 이해와 협조를 바라는 것입니다. 즉 소매점에서 우유제품을 사실 때에는 반드시 제조일자를 확인 하시고 오래 묵은 것은 사지 않아야 할 것이며 아울러 소매점의 보관상태를 잘 보시어 냉장시설이 잘 되지 않은 곳에서는 사지 않는 것이 좋습니다. 간혹 길거리나 유원지, 혹은 버스 정류장 같은데서 보면 냉장 시설이 없어 물통에다 우유 봉지를 담구어 놓고 파는 것을 봅니다. 이렇게 냉장시설이 미비한 상태에서 팔게 될 경우 우유의 신선도 유지는 불가능하며 아무리 길게 잡아도 한나절 이상은 무리입니다. 따라서 이런 시설이 형편 없는 곳에서는 되도록 사지 않는 것이 안전합니다.

지금까지 말한바와 같이 우유제품은 생산에서 소비까지 여러 과정을 거치면서 전혀 다른 사람들이 취급하기 때문에 먼저 우유생산 농가에서 젖소의 관리와 우유의 수집에 이르기까지의 원료 생산단계에서 위생을 고려하여 취급해야 할

것이며 유통단계에서 소매점들은 소비자편에서 되도록 신선도를 떨어뜨리지 않고 소비자에게 공급되도록 최선을 다해야 할 것입니다.

### 3. 품질의 대결, - 국산품우수해

끝으로 우리나라 유제품과 외국산 유제품에 대해 몇가지 말씀드리고져 합니다.

한마디로 말해서 국산 유제품 그 가운데도 버터와 치즈, 그리고 분유의 품질은 외국산에 비하여 더 좋았으면 좋았지 절대로 지지 않는다는 사실을 자신 있게 강조하고져 합니다. 실제에 있어 구미지역에 오래 나가 있던 분들이나 특히 미국이나 유럽 사람들까지도 우리나라의 우유를 마시고 버터나 치즈를 먹어 본 사람은 한결 같이 「좋다」고 칭찬하는 말을 듣고 있습니다.

그런데 참 이상한 일입니다.

외국에 가서 살아 본 일도 없고 그쪽 유제품을 오래 먹어 본 경험도 없는 분들이 오히려 외국산을 좋아하고 우리나라 제품의 품질이 그쪽 것만 못하다고 말할 뿐 아니라 그렇게 떠들고 다니는 데는 어처구니가 없다고 하겠읍니다. 누구든지 해외에 나가서 그쪽 유제품을 먹어 본 사람이라면 우리것이 조금도 손색이 없을 뿐 아니라 오히려 더 맛이 있다는 사실을 알고 돌아오는 예는 얼마든지 있습니다.

관광호텔을 비롯한 외국인 접객업소에 우리나라 제품이 전적으로 쓰일 날도 그리 머지않다고 믿고 있습니다. 지금까지는 생산량이 얼마 되지 않아 그쪽에 납품할 여유가 없었던 것입니다.

우리나라의 낙농과 유제품 생산은 이제 겨우 제자리를 굳혀 가고 있는 중입니다. 수년전만 하더라도 유제품의 생산도 적었지만 수요도 얼마 되지 않았읍니다. 그것은 우리나라에 예로부터 버터나 치즈등을 먹는 습성이 들지 않았었기 때문에 수요가 얼마 되지 않았읍니다. 그후 차츰 낙농이 성하고 우유제품이 만들어지면서 우리나라 사람들도 점차 이런것을 먹는 습관이 생겨

차츰 수요가 늘기 시작했고 이제야 어린이들에게나 노인들에게 우유를 먹이는 것이 보통이며 간단한 요기로 우유한잔, 빵 하나 먹는 것이 보통이 되었으며 버터나 치즈도 어느 가정에서나 보통 쓰는 식료품이 되고 있습니다. 따라서 우리나라의 유제품 시장은 지금부터 성장할 시기이며 본격적인 확장이 이루어지려면 아직도 상당한 시간이 걸릴 것입니다. 그런데 일부에서는 성급하게 국산품 유제품 값이 어떻게 생산과 소비가 그러저러하니 해외에서 수입해야 한다거나 수입해도 무방하다는 논의가 있으며 실제로 수입이 개방되기에 이르렀습니다.

다행히 분유부문은 당국이 낙농가의 소득을 고려하여 감시품목으로 정해놓고 자유로운 수입을 규제하고 있습니다. 만일 그렇지 않고 지금의 단계에서 유제품의 수입을 완전히 개방해 버리면 어떻게 되겠습니까?

모처럼 시장이 형성되어 뿌리를 내리려는 국내시장과 낙농업, 그리고 유제품 가공업이 하루

아침에 타격을 받게 될것은 너무도 명백합니다. 그렇게되면 낙농가는 경영이 어렵게 되고 공장은 기업의 성장이 어려워 많은 사람들이 일터를 잃게 되며 소매점들은 그만큼 이익을 잃게 됩니다. 그뿐 아니라 귀중한 외화가 흘러나가 그렇지 않아도 어려운 외화사정을 더욱 어렵게 만들 것입니다.

이러한 배경을 놓고 볼때 우리나라의 유제품 수입은 아직 한동안 참고 삼가하여 국내의 낙농과 유제품 제조업이 완전히 외국과 경쟁이 가능할때까지 키우는 것이 선결문제겠습니다. 그래야 품질도 향상하고 값도 싸게하여 더 많이 더 좋은 것을 공급하게 될것이고 소비자는 그에 따라 건강과 영양을 위해 더 좋은 것을 더 싸게 살 수 있게 될것입니다.

이러한 원리를 충분히 이해하시고 소비자 여러분의 협조를 바라면서 제조공장 중업원 일동은 최고, 최선을 향한 노력을 계속해 갈것을 다짐하는 바입니다.

