

양계안테나



김동진 편집장



가금농가 질병관리 지원사업 실시 질병예방을 위한 효율적인 사업으로 이루어져야

양계업계로는 처음으로 질병관리지원사업이 가금농가를 대상으로 지난 3월부터 실시되고 있다. 본 사업의 목적은 농가별 맞춤형 가금질병 및 사양관리를 통해 질병발생 최소화 및 가금농가의 생산성을 향상시키기 위한 목적으로 이루어지고 있다.

시·도 및 시·군·구를 통해 시행되는 이 사업은 3월부터 12월까지 10개월 동안 이루어지는데 전국에서 49개 118명의 지원단이 이번 컨설팅에 참여할 예정이다. 지원대상자는 전국 700여 닭, 오리 농가에 해당하며 총 사업비는 88억원으로 그중 농가컨설팅 비용은 70억원(국비 21억원, 지방비 21억원, 자부담 28억원)으로 책정되었으며 나머지는 질병진단비이다. 이 비용은 질병 및 사양관리 컨설팅 자문 및 검사비용으로 지원자금은 시설·장비구입, 운영자금 등 다른 용도로 사용이 불가한 것으로 알려졌다.

자문단 구성은 사양전문가 2인이상(질병 2명당 사양 1명)으로 구성되었고 이들은 농가별 컨설팅지원을 받게되며 농가별 자율방역관리시스템 구축 및 시설개선방안 지도에 나서게 된다. 단 지원단별 계약건수는 10건으로 제한하되 구성원이 증가할 경우 60건까지 가능한 것으로 되어있다. 이들은 계약기간중 18회 이상 농가를 방문하여 컨설팅을 해야 하며, 컨설팅시 연 5회에 대해서는 의무적으로 질병검사를 하도록 되어 있다. 농가당 소요경비는 1천만원으로 농가 자부담이 40% 즉, 400만원을 내야 한다는게 큰 걸림돌로 작용하고 있다.

양돈의 경우 이미 5년전부터 돼지소모성질환 지도지원사업 일환으로 이미 사업이 이루어지고 있으며, 여러차례 시행착오를 겪으면서 현재는 연간 350농가가 컨설팅에 참여하고 있을 정도로 활성화되었다. 아직도 다소의 문제점이 드러나고 있으나 한돈협회에서 방문전산시스템을 운영하면서 어느정도 사업의 정착화를 기하고 있는 것으로 나타났다.

양계분야에서는 처음 실시되는 만큼 부작용도 우려되고 있다. 자문단에 참여한 수의사들이 가금전문 수의사가 아닌 경우가 많다는 지적이어서 제대로된 컨설팅이 이루어질 수 있을 지 걱정이 앞서기도 한다. 또한 농가가 원하는 자문단을 선택하기 보다는 지자체의 의도에 따라 자문단을 선택하는 농가도 있는 것으로 나타났다. 앞서 언급한 자부담 문제가 얼마나 참여농가를 이끌어낼 지도 걱정이 앞선다.

양돈의 경우 방문하지 않고 전화만으로 컨설팅하는 지원단과 서류만으로 대체하는 곳도 종종 나타나면서 이러한 허점이 나타나지 않도록 하는 것이 가금농가 질병관리지원사업에서 할 일이다. 즉 정부예산이 투입되는 만큼 눈먼돈으로 쓰여지지 않기 위해서는 철저한 감시와 운영이 뒤따라야하고 수의사와 사양전문가는 물론 농가들은 본 사업의 취지를 정확히 알고 접근해야 할 것이다.



2015 한국국제축산박람회 개최 성공적인 박람회의 조건

2015한국국제축산박람회가 6개월 앞으로 다가왔다. 이번 박람회는 오는 9월 10(수)~13일(토)까지 4일간에 걸쳐 대구 엑스코(EXCO)에서 개최될 예정이다. 축산박람회는 2년에 한번씩 개최되는 국내 최대 축산박람회로 박람회가 지금까지 성장하기까지는 많은 시간과 고충이 있었다.

축산박람회의 시초는 1991년 10월 올림픽공원에서 개최된 제1회 한국양계박람회이다. 그러던 것이 1997년말 불어닥친 IMF로 인해 축소, 중단될 위기를 맞이하면서 1999년 전체 축산업을 통합한 축산박람회로 승화되었다. 당시 양계협회, 낙농육우협회, 양돈협회, 한우협회, 기자재협회 5개 단체가 참여하는 박람회로 2회까지는 경험이 있는 양계협회에서 주관을 하였다. 그러다 2013년부터 각 단체가 돌아가며 진행키로 하면서 매년 각 축종마다의 특색을 발휘하며 박람회가 진행되었다. 장소도 서울 COEX에서 대전 COTREX로 옮기고 2011년에는 규모가 커지면서 새롭게 확장한 대구 EXCO로 옮기면서 지금에 이르고 있다.

이제는 350여개 업체가 800여부스를 자랑하는 규모까지 확대되었다. 하지만 외국과 비교해보면 규모와 질적인 면에서 실속이 떨어진다는 평을 받고 있다. 우리와 같은 해에 박람회를 개최하기 시작한 태국 VIV ASIA박람회를 보면 쉽게 알 수 있다. 태국박람회도 우리와 같이 격년으로 개최되고 있는데 전세계 57개업체에서 850개 업체에서 1,700부스가 참여할 정도로 큰 성장을 보여주고 있다. 우리나라의 2배 규모이며, 전세계 바이어들이 3일간 3만5천명이 다녀갈 정도로 성황을 이룰 정도이다.

태국박람회가 성장을 할 수 있었던 이면에는 홍보전략과 연속성 그리고 개최장소에 있다. VIV는 네덜란드에 본거지를 둔 VNU Exhibition사가 지속적인 투자를 하고 있으며, 해외 바이어유치를 위한 해외 마케팅을 적극적으로 펼치고 있다. VNU는 전세계 10여개의 VIV 전시회를 개최할 정도로 조직적인 운영을 하며 성장하고 있는 것이다.

국내 축산박람회는 오리협회가 가세하면서 이제는 6개 단체가 주최단체로 참여하게되면서 더욱 복잡해 졌다. 한국국제축산박람회가 지속적인 성장을 하기 위해서는 정부의 지원하에 연속성을 가진 사무국이 설치되어 외국과 같이 꾸준한 마케팅과 유치전략을 한다면 해외에서 우리나라도 아시아의 허브역할이 가능할 수 있을 것이다. 그런 박람회를 기대해 본다. **양계**