

4회차 (2015/6/1)

주제: 입양의 1차적인 관문으로서의 애견센터, 판매와 관계된 문제점

현재 국내의 반려동물 입양 방법

1. 애견센터에서 구입

내가 원하는 종류와 외모의 동물을 데려오는 가장 쉬운 방법. 센터의 개, 고양이는 '강아지 공장(퍼피밀)' 이라는 대량 번식장에서 태어난다. 강아지 공장의 목표는 이윤을 남기는 것이지 동물을 좋은 환경에서 키우는 것이 아니다.

펫샵에서 구입시 입양에 필요한 절차는 전혀 없으며 인터넷 분양 사이트 등에서는 직거래를 하라고 조언하는 정도.

2. 가정 분양

가정 분양은 건강한 부모에게서 태어나 좋은 환경에서 자란 강아지들로부터 정 반대의 환경에서 태어난 아이들까지 천차만별이라 가정 분양을 받을 땐 동물이 태어난 가정을 직접 방문하여 확인하는 것이 좋다. 방문을 허용하지 않는 분양자의 환경은 열악할 확률이 높다.

3. 보호소 입양

전국 유기동물 네트워크(APMS; www.animal.go.kr)의 유기동물/ 동물보호소의 공고란에는 전국 동물병원에 보호 중인 유기동물이 하루에 수십마리 이상 등록된다. 이 중에는 원래 집으로 돌아가거나 새로 입양되는 동물도 있지만, 이렇게 운 좋은 동물은 극소수이며 대다수는 열혈의 공고기간 후 안락사. 이곳에는 오랜 유기생활이나 불의의 사고로 건강 상태가 좋지 않은 동물도 있지만 생후 얼마 지나지 않은 아기 동물과 건강한 상태의 동물 들이 함께 지내고 있다.

동물사랑실천협회의 구호동물 전문 입양센터(<http://fromcare01.cafe24.com>)도 있다.

직접 방문한 경험에 따르면 이곳에는 입양 준비가 된 동물들이 좋은 환경에서 보호받고 있다. 대량번식-유기-안락사라는 악순환의 고리를 끊기 위해 건립된 이곳은 총무로에 줄지어 선 애견센터들을 마주보고 있다.

퍼피밀/애견센터의 문제점

자격 없는 번식업자들이 운영하는 퍼피밀(puppy mill 강아지 공장)의 끔찍한 실태는 대부분의 애견인에게 알려져 있다. 그 환경 안에서는 번식이 지나치게 자주 이루어지고 태어난 강아지들은 불결한 환경에서 밀집/사육되며 인간과 함께 살기 위한 사회화도 거치지 못한다. 이곳에서는 강아지의 건강과 종 특성이 무시되기 때문에 태어난 강아지들에게 유전병, 행동 문제가 있거나 건강이 나쁜 경우가 많은데 퍼피밀에 반대하는 애견인조차 대부분의 애견센터가 이런 곳에서 강아지를 공급받는다는 사실을 모르는 경우가 많다.

물론 정부의 규제를 받는 사육장으로부터 강아지를 공급받는 애견센터도 있지만, 이런 곳의 강아지들도 건강하지 못하거나 사회화를 거치지 못하기는 마찬가지다. 그 이유는 상업적으로 운영되는 사육장이 다양한 종의 개를 동일한 장소에서 번식시키고 질보다 양을 우선시하는 번식 방법을 택하기 때문이다. 이들 사육장의 목적은 동물들의 건강이 아니라 최대한 많이 팔아서 이윤을 남기는 것.

따라서 애견센터에 전시된 귀여운 강아지를 보면 아래에 열거한 문제점을 생각할 필요가 있다.

1. 열악한 건강 상태: 대부분 강아지 공장에서 무분별한 교배를 통해 태어나고, 적절한 보살핌을 받지 못한 채 센터에 공급된다. 그 결과 신경질환, 안질환, 고관절이형성, 혈류장애, 개파보바이러스를 갖고 있는 경우가 흔하다.

<애완견 관련 소비자 피해보상규정>

· 1일 이내 질병 발생, 3일 이내 폐사하면 같은 품종으로 교환(단, 소비자의 중대한 관리 잘못에 의한 경우는 제외) · 7일 이내 폐사(사인이 불분명한 경우)하면 소비자가 50%를 부담하고 같은 품종으로 교환 · 7일 이내 폐사하면 판매자의 과실일 경우 같은 품종으로 교환 · 7일 이내 질병 발생하면 판매업소에서 치료해서 소비자에게 인도

· 같은 품종이 없어 교환이 불가능할 때에는 환급 가능

예시1)애완견고양이 품목' 사례 중 피해구제(2010~2012년) 신청이유로는 '품질이상'이 91.1%로 압도적이었다. 2013~2014년(3월까지) 접수된 반려동물 관련 소비자 피해 구제 162건에서도 '폐사질병'으로 인한 소비자 피해가 137건(84.5%)으로 대부분을 차지했다.

예시2)이들도 안된 장모치와와 폐사 사건-장모치와와를 분양받을 당시 업체서 두 가지 계약서를 제시했는데 하나는 공정거래규정과 또 다른 하나는 업체 규정 중 선택하게 돼 있었다고 전했다.

그는 “업체에서 1년까지 환불은 없지만 적절한 보상 내용이 있는 자체 규정을 선택하도록 유도했다”면서 “공정거래 규정이라면 100%환불”이라고 적었다. 이어 “제대로 된 공정거래 정보는 없고 자신들 임의로 만든 계약서에 놀아났다”며 분통을 터뜨렸다.

그러면서 그는 “업체 측은 허가받은 계약서이기 때문에 전혀 문제될 게 없으니 절차대로 하라는 반응을 보이고 있다”며 “너무 화가 나서 소송을 생각 중”이라고 밝혔다.

2. 행동 문제: 무분별한 번식은 세대 간의 행동 문제를 야기한다. 또한 직원은 강아지의 행동 교정에 대한 지식을 갖고 있지 않기 때문에 강아지들은 잘못된 행동을 반복하다가 나쁜 습관을 갖게 된다.

3. 사회화의 부재: 생후 4~5주만에 한 배에서 태어난 형제들과 분리된다. 강아지는 최소 생후 8주는 형제들과 지내야 하며, 전문가들은 생후 10주까지는 지내야 한다고 말한다. 형제들과 충분히 어울리며 사회화를 거치지 못하면 강아지는 종 특유의 중요한 기술을 배울 수 없다. 마찬가지로 강아지는 생후 3주부터는 사람의 적절한 관리를 받아야 사람들과 잘 지낼 수 있다.

4. 특정 종의 몰락: 센터에서 구입한 강아지를 키워 번식시키는 것은 넓은 의미에서 해당 종을 망치는 길이다. 애초에 애견센터의 강아지는 적절한 교배로 태어나지 않았기 때문.

5. 정보 부족: 직원들은 강아지의 종에 따른 특성을 잘 모르며 심지어 강아지 일반에 대한 지식도 부족한 경우가 많다. 소비자에게 강아지에 대한 올바른 정보를 제공하는 장소가 될 수 없다.

6. 반품된 강아지의 운명: 대부분의 애견센터는 판매된 강아지에게 문제가 있으면 교환해준다고 하지만, 애견센터로 돌아간 강아지가 안락사 된다는 사실은 말해주지 않는다.

7. 대소변 교육의 어려움: 애견센터 강아지는 생애 전부를 좁은 철장에서 지낸 후 판매되기 때문에 먹고 잠자는 장소를 구별하는 방법을 배우지 못한 상태이며, 그 결과 대소변 교육이 어려워진다.

8. 성장하면서 달라지는 모습: 센터에 전시된 강아지는 말티즈처럼 보일지 몰라도 성장하면서 테리어와 비슷해질 수도 있다. 순종견을 원하는 사람에게 애견센터는 좋은 선택이 아니다.

9. 높은 가격: 애견센터 강아지 판매 가격은 400~2,000달러(한화 40~200만원)이다. 이러한 가격은 건강한 강아지를 분양하고 그 후 관리까지 도와주는 전문 브리더로부터 강아지를 데려오는 것보다 훨씬 비싸다.

10. 믿을 수 없는 혈통: 애견센터에서 강아지를 구매하면 혈통증명서 비용도 치르지만 그 증명서는 가짜일 확률이 매우 높다. 만약 진짜 증명서라 해도 당신이 구입한 강아지가 해당 혈통견의 좋은 표본이라는 걸 의미하지는 않는다. 이것은 전문 브리더만 알 수 있다.

<펫샵>

크게 애견용품판매, 애견미용, 애견 호텔, 애견교배, 애견입양 등으로 나뉜다. 다만 최근 추세는 멀티샵으로 모든 분야를 독점해서 제공하는 대형프랜차이즈를 선호한다.

1. 애견 산업

2020년 6조원대 규모로 애견 시장이 커질 것으로 전망. 애견용품과 의료 시장도 꾸준한 성장세. 현재 의료 서비스와 다른 서비스 간 구분이 모호하다는 점이 산업 발전에 걸림돌이 되고 있다는 것. 한 예로 미용 서비스의 경우, 대개 동물병원에서 함께 제공된다. 한치수 대표는 “애견 관련 서비스가 따로 분리되지 않아 각 영역이 체계적으로 발전하기 힘든 구조다. 미용 서비스는 의료 서비스에 부가적인 것으로 여겨져 가격을 높게 받기가 어렵고 그만큼 서비스 질도 떨어진다. 미용만 전문으로 하는 애견업체가 설 곳이 줄어들 우려가 있다”고 설명했다. 애견 관련 직업군을 전문적으로 육성할 제도 체계도 미비한 실정이다. 조기래 교수는 “애견미용사, 애견관리사 등 애견 관련 직종들은 국가자격증이 없다. 민간자격증 정도만 있을 뿐이다. 그만큼 현직 종사자들의 직업적 만족도가 감소한다”고 주장했다.

애견 관련 직업 중 브리더, 핸들러, 트리머도 있다. 브리더는 우리말로 전문 번식사정으로 번역될 수 있다. 강아지 혈통과 자질을 고려해 교배시켜 주는 일을 한다. 핸들러는 도그쇼에 출전하는 애견의 미용부터 조종(핸들링)까지 모든 과정에 참여한다. 애견의 자질과 능력을 최대한 끌어내기 위해서는 개에 관한 종합적인 지식과 기술이 필요하기 때문에 선진국에서는 전문직으로 분류된다. 국내에서 활동하는 프로 핸들러는 100여명가량으로 알려졌다. 트리머는 전문 미용사다. 강아지를 목욕시키고 가위 등을 사용해 털을 깎고 다듬는 일을 주로 한다. 도그쇼에 참가하는 강아지의 미용 부문을 책임지기도 한다. 강아지 귀 청소, 발톱 정리도 트리머의 역할. 미용과 청결 부문을 담당한다고 보면 된다. 국가공인자격시험은 없고 한국애견협회와 한국애견연맹이 부여하는 민간자격증이 있다. 미용 외에 핸들링이나 브리딩(번식)을 배워 동물 조련사 분야로 진출하기도 한다.

2. 펫샵을 창업할 수 있는 자격

애견용품샵에서는 특별한 자격증을 요하지 않는다. 다만 애견미용사자격증이 있으면 도움이 된다. 대체로는 애견미용사 자격증이 있고 강아지를 좋아하는 사람들이 창업을 하는 일이 부지기수.

1) 2014년 주목할 만한 창업 아이템-멀티펫샵

수의사 출신이었던 최인영 대표가 멀티펫샵 ‘러브펫코리아’를 설립하게 된 것은 프랜차이즈 형태로 운영되고 있던 어느 동물병원에 입사하게 된 것이 계기가 되었다. ... 최대표는 해외시장에서의 성공사례 등을 수집하며 자신이 구상한 내용을 서서히 구체화시켰다. 멀티펫샵 ‘러브펫코리아’는 그렇게 하여 설립된 업체였다.

2) 애견시장 규모 증가 추세...애견 카페 창업은 멀티펫샵으로

http://www.etnews.com/20140707000170#close_kova

무엇보다 펫샵창업이나 애견카페창업을 계획하는 이들이 주목해야 할 부분은 본사의 든든한 지원시스템이다. 먼저 ‘러브펫코리아’에서는 초보창업자들을 위한 체계적인 교육을 진행하고 있으며, 반려동물 훈련사나 동물간호사, 샵매니저 등 해당 관련 업종의 전문가들로 구성된 슈퍼바이저를 파견, 가맹점 관리가 지속적으로 이루어 지기 때문에 특별한 자격증이나 경험이 없어도 손쉬운 창업이 가능토록 돕고 있다.

여기에 ‘러브펫코리아’는 차별화된 경쟁력으로 상권에 상관 없이 입점이 가능하다. 최근에는 유명 대형마트와 쇼핑몰 입점 의뢰가 빗발치면서 안정적인 수익창출이 가능한 상권으로 수월한 입점이 가능하다는 것도 장점이다.