

연구 자료

농식품 품질 관련 연구들의 접근방법에 대한 고찰

김 정 섭*

Key words: 품질(quality), 농식품(agro-food), 접근방법(approach)

ABSTRACT

It is clear that quality issues have become more central features of agro-food studies. The studies have been conducted in several disciplines with different approaches respectively. Four major approaches of agro-food quality were reviewed in this paper. Consumer interface approaches focus on the interface between the consumer and the manufacturer or seller of the agro-food product. These approaches seek to explain how consumers' perceptions and information environments influence the way that agro-food market works. Quality perception approaches were developed within the studies of marketing, consumer behavior, and applied psychology. The aim of these studies is to understand the process in which consumers perceive quality of agro-foods and then make decisions to purchase. Rural sociologists have given attention to the social process in which the quality of agro-food is constructed. In the discourse of rural development, the effects of quality certification on the agro-foods, whose special quality attributes are embedded in particular geographical contexts, have mainly been discussed.

1. 서론
2. 농식품 품질과 관련된 네 가지 연구 흐름

3. 결론

1. 서론

소비자들은 농식품의 품질에 대해 더욱

민감해지고 있다. 빠르게 농식품 시장 점유율을 높여 가고 있는 대형 소매유통업체들도 제각기 품질관리체계를 갖추기 시작했다. 1990년대부터 등장한 각종 품질인증 제도들에서부터 최근의 이력추적제에 이르기까지,

* 한국농촌경제연구원 위촉전문연구원.

정부도 농식품 품질 관련 정책을 계속해서 강화해 왔다. 이제 ‘농식품의 품질’은 한국 농업계에서 매우 중요한 의제가 되었다.

한편, 농식품 품질 관련 연구는 여러 학문 분야에서 서로 다른 관점이나 배경에서 진행되어 왔다. 이 연구는 네 가지의 흐름으로 분류할 수 있다. 1) ‘농식품 품질에 대한 소비자들의 정보 환경이 시장 작동 과정에 어떤 영향을 끼치는가’라는 문제에 관심을 가지는 연구이다. 2) ‘소비자들이 농식품의 품질을 판단하고 구매 의사결정을 하기까지의 인지 과정’에 관심을 가지는 연구이다. 3) ‘농식품 품질 개념이 구성되는 사회적 과정’에 주목하는 연구이다. 4) ‘농식품 품질에 배태되어 있는 지리적 특성을 고려한 각종 품질인증 제도의 성립 근거나 효과’에 대한 연구로서 최근에 등장하고 있다.

품질 문제는 농산물 생산에서부터 가공, 유통, 소비까지의 모든 과정에 관련되는 광범위한 연구 분야이다. 어느 한 가지 접근 방법만으로는 농식품 품질과 관련된 모든 이슈들에 대해 충분히 설명하기 힘들다. 이 글은 농식품 품질 관련 연구의 여러 가지 접근 방법들을 비교하고 있다. 넓은 스펙트럼을 보이는 다양한 접근 방법들에 대한 포괄적 이해를 통해, 구체적인 현실 문제에 대해 어떤 접근 방법으로 연구하는 것이 더 나을지를 판단하는 데 도움이 되고자 한다.

2. 농식품 품질과 관련된 네 가지 연구 흐름

2.1. 소비자 인터페이스(interface) 접근방법

농식품 품질 관련 연구들 중에서도 주로 상품 소비자, 생산자, 판매자 사이의 인터페이스에 초점을 두는 것들을 가장 쉽게 접할 수 있다. 이러한 접근 방법을 취하는 연구들은 소비자들이 품질을 판단하고 구매 의사결정을 하는 과정에서 정보가 중요한 역할을 한다고 강조한다. 예를 들면, ‘소비자들이 구매 의사결정을 할 때 어떤 종류의 품질 관련 정보들을 갖고 있는가’의 문제나 ‘공급자들이 시장에 품질 관련 정보를 어느 수준까지 제공하는가’의 문제를 중심으로 논의가 진행되어 왔다. 카스웰 등(Caswell et al. 2002)은 그것들을 통칭하여 소비자 인터페이스 모델이라고도 했다. 그 논의들 속에서 제기된 쟁점들을 세 가지 정도로 요약할 수 있다.

- ① 품질은 수평적으로 차별화되어 있는가, 아니면 수직적으로 차별화되어 있는가?
- ② 품질은 일차원적인가, 아니면 다차원적인가?
- ③ 소비자들이 처해 있는 품질 관련 정보 환경은 어떠한가? 즉, 소비자들은 얼마나 많은 정보를 갖고 구매 의사결정을 하는가?

‘품질의 수직적 차별화’를 가정하는 분석틀

소비자 인터페이스 접근 방법들 중 대부분은 ‘농식품 품질이 수직적으로 차별화되어 있다’고 가정한다. 이때 품질은 우열을 가릴 수 있는 대상으로 정의된다. 특정 상

품의 품질을 ‘좋다’ 또는 ‘나쁘다’라고 구분할 수 있거나, 그 상품의 품질 수준이 ‘고품질에서 저품질에 이르는 연속선 위의 어느 한 지점에 위치하는 것’으로 이해된다. 그리고 시장의 모든 행위자들이 그러한 품질 평가에 동의한다고 가정한다. 이는 품질이 일차원적이라고 주장하는 것이다. 즉, 한 상품의 품질을 구성하는 속성은 한 가지만 존재한다고 보거나, 한 상품에 여러 개의 품질 속성들이 존재하더라도 품질을 재는 척도 위에서는 그 속성들이 모두 비슷한 수준에 위치한다고 보는 것이다. 또는 한 상품의 품질 속성들 중 어느 한 가지가 다른 속성들보다 현저하게 중요하기 때문에, 상품의 품질을 평가하거나 판단할 때 그 속성이 지배적인 지표로 기능한다고 가정하기도 한다.

이러한 관점은 품질과 관련된 시장 행위자들의 행위를 분석할 때 단순한 모델을 갖고 접근할 수 있게 해 주지만, 결함을 갖고 있다. 둥근 모양의 사과가 그렇지 않은 사과보다 품질이 좋다는 점에 대해서는 대체로 거의 모든 사람이 동의할 것이다. 하지만 유기농법으로 재배된 작고 울퉁불퉁한 사과가 관행농법으로 재배되고 크고 둥근 사과에 비해 품질이 더 좋은지 아닌지에 대해서는, 소비자들 사이에 일반적인 동의가 존재하기 어려울 것이다. 이처럼 품질은 어느 한 가지 속성만으로 판단할 수 없는 다차원적인 성격을 지니는 경우가 많다.

그런데 ‘품질의 수직적 차별화’를 가정하더라도, 시장 행위자들은 여러 가지 방식으로 상품의 품질에 대한 지식을 얻게 된다

는 점을 강조하면서 앞서 언급한 문제점을 해결하려는 논의들이 있다. 그 주장들은 모든 상품들이 각각 많은 특징들을 갖고 있다는 점을 인정한다. 하지만 소비자들이 그 모든 특징들을 식별하고 파악할 수는 없다고 주장한다.

다시 사과를 예로 들어 보자. 가격, 색상, 크기 등은 소비자가 쉽게 알 수 있는 것들이다. 스티글러(Stigler 1961, 1962)와 넬슨(Nelson 1970)은 이처럼 소비자들이 상품을 구매하기 전에 검사(inspection)를 통해 알 수 있는 특징을 탐색재적 품질 속성이라고 정의했다. 그런데 맛, 신선도, 조리할 때의 편의성 같은 품질 속성들은 상품을 구매하거나 소비한 이후에나 판단할 수 있다. 넬슨(Nelson 1970)은 그러한 속성들을 경험재적 품질 속성이라고 개념화했다. 그 후 다르비와 카르니(Darby and Karni 1973)는 상품을 소비한 뒤에도 소비자가 독립적으로 판단할 수 없는 속성들을 가리키는 신뢰재적 품질 속성이라는 범주를 도입했다. 이 경우에 소비자들은 대부분 신뢰를 갖고 그 상품을 구매할 수밖에 없다. 농약 잔류량, 영양적 측면에서의 가치, 유기농법 재배 여부 등이 이 범주에 속할 것이다. 이처럼 한 상품의 품질을 탐색재적 속성, 경험재적 속성, 신뢰재적 속성으로 범주화하는 것은 널리 알려진 관점이다. 사과 하나를 놓고도 이렇게 다양하게 드러나는 품질 속성들 중 어느 한 가지가 소비자의 판단에 있어 지배적인 역할을 할 수 있다고 주장하기는 어려울 것이다. 결국, 한 상품의 품질은 탐색재적 속성, 경험재적 속성, 신뢰

표 1. '정보의 경제학' 모델을 따른 대표적 연구

연구자	가정 / 경험적 사례	연구 내용
스펜스 (Spence 1976), 쉬싱스키 (Sheshinski 1976)	* 소비자들은 불완전한 정보를 갖고 있다. * 상품이 탐색재적 속성을 갖는다.	* 독점적 지위를 가지는 단일 상품의 가격과 품질이 어떻게 결정되며, 품질을 향상시키려 할 때 비용은 어떻게 증가하는지를 설명하는 모델 제시
아커로프 (Akerlof 1970)	* 상품이 경험재적 속성을 갖는다. * 중고 자동차 시장 분석	* 소비자들이 상품을 단 한번 구매하는 시장에서, 그리고 상품이 경험재적 품질 속성을 지니고 있기 때문에 구매하고 소비한 이후에만 진짜 품질을 알 수 있고 그 뒤에는 상품 재구매 가능성이 낮은 상황에서는, 생산자들이 저품질 상품을 공급할 가능성이 높아진다.

제적 속성의 결합 상태에 따라 결정된다고 볼 수 있다(Caswell and Mojduszka 1996).

한편, 농식품 영역에만 국한하여 품질 속성을 따로 분류했던 연구도 있다. 이때 농식품의 품질 속성은 '식품 안전성 측면의 속성', '영양학적 측면의 속성', '감각영향기관(sensory-organoleptic) 측면의 속성', '가치 및 기능적 측면의 속성', '생산과정 측면의 속성'으로 범주화된다(Hooker and Caswell 1995). 그런데 이 같은 범주들이 앞서 언급한 '탐색재-경험재-신뢰재' 범주들과 일대일의 대응관계를 이루지는 않는다. 예를 들어, 오염된 특정 농식품을 섭취한 소비자가 그로 인해 질병을 앓게 되고 질병의 원인이 그 농식품에 있음을 알게 된다면, '식품 영양학적 관점에서의 오염 여부'는 경험재적 속성이라고 간주할 수 있다. 하지만, 그렇지 않은 경우에는 신뢰재적 속성으로 간주할 수 있다. 농식품의 한 가지 품질 속성이 어느 범주에 속하느냐의 문제는, 소비자들이 그 속성과 관련된 정보를 구하기 쉬우냐 그렇지 않느냐에 따라 결정될 수 있

다. 그리고 그 같은 정보획득의 가능성은, 경우에 따라서는 신기술이나 품질 표시에 의해 변할 수 있다.

지금까지 논의한 내용은 가장 일반적으로 받아들여지는 접근방법으로 '정보의 경제학' 모델이라고도 이름붙일 수 있을 것 같다. 이 모델은 상품의 품질이 수직적으로 차별화되어 있고, 일차원적이며, 소비자들의 정보 환경을 탐색재적 속성, 경험재적 속성, 신뢰재적 속성의 세 영역으로 나눌 수 있다고 가정한다. 이러한 가정하에서 생산자와 소비자 사이의 관계를 분석한 연구들이 꾸준히 등장했었다<표 1>.

그런데, 품질의 수직적 차별화를 가정할 때 한 가지 문제가 발생한다. 신뢰재의 경우에는 시장이 어떻게 작동하는지를 충분히 설명하기 어렵다. 품질보증, 평판, 반복구매, 브랜드를 통한 품질 관련 신호 제공 등의 장치를 통해 신뢰재 상품에 대한 소비자들의 정보 부족 문제를 어느 정도 완화할 수 있다 하더라도, 소비자들의 정보는 상품 구매 이후에도 여전히 불완전한 상태

로 남는다. 이때 공급자들로 하여금 좋은 품질의 상품을 제공하도록 이끄는 사적 부문(private sector)에서의 유인은 매우 약화될 수 있다. 공공 부문의 규제만이 최소한의 품질 기준을 충족시킬 수 있도록 보장하는 가장 유력한 방법인 것처럼 보인다.

오리올과 실리치(Auriol and Schilizzi 2000)는 소비자가 상품을 소비한 이후에도 품질을 평가할 수 없는 시장 상황에서 품질 인증이 어떤 역할을 할 수 있는지 고찰했다. 고정된 가격이 주어진다면 그 범위 안에서 모든 소비자들은 좋은 품질의 상품을 선호한다는, 즉 ‘품질의 수직적 차별화’ 가정하에서, 품질 인증에 대한 수요, 인증 비용, 시장 구조, 소비 대중의 영향력 등의 변인들 간 상호 관계에 대해 탐색했다. 이 연구에 따르면, 품질을 관찰할 수 없는 경우에는 최소한의 품질만이 공급되며 공급되는 상품의 종류도 줄어든다. 이러한 문제에 대한 유일한 해결 방법은 품질인증이다. 공급자가 스스로 품질을 인증하는 경우에 시장 구조는 인증 비용, 수요의 규모, 소비자의 부(富)에 의해 결정된다. 결국, 부유한 소비자는 고품질 상품을 구매하고 빈곤한 소비자는 저품질 상품을 구매할 것이기 때문이다. 그리고 공급자가 스스로 품질을 인증하는 것은, 많은 고정 비용을 초래하고 생산 규모에 비례하여 수익률이 증가할 것이므로, 사회적 후생 측면에서도 최적 상태를 이루지 못할 것이다. 그렇기 때문에 정부 개입만이 최선의 문제 해결책이며 품질 인증은 민간 또는 공공 부문의 자금 지원을 받아 이루어지는 것이 바람직하다는 것이

다.

경험 세계에서 실제 품질 속성이 수직적으로 차별화되어 있다 하더라도, 지금까지 소개했던 논의들의 대부분은 품질을 일차원적인 것으로 다루고 있다. 결과적으로, 소비자의 정보 환경까지도 일차원적인 것으로 가정하는 문제점이 있다고 비판할 수 있다. 특정 상품에는 소비자들의 관심을 끄는 여러 가지의 품질 속성이 내재할 수 있다. 게다가 그 속성들 각각은 서로 다르게 탐색재적 특징, 경험재적 특징, 신뢰재적 특징을 가질 수도 있다. 이는 하나의 상품에 대해 소비자들이 하나의 정보 환경을 가진다고 가정할 수 없음을 뜻한다. ‘품질의 수직적 차별화’ 분석들은 소비자가 상품의 품질에 대한 기대를 형성해 가는 과정을 지나치게 단순화하고 있다.

‘품질의 수평적 차별화’를 가정하는 분석들

품질에 관한 고전적인 접근방법들 중 상당수가 ‘품질의 수직적 차별화’를 가정하고 있다. 그러나 품질이 수평적으로 차별화되어 있는 시장을 가정하는 분석들이 없는 것은 아니다. 이때, 상품에 대한 소비자들의 인지에 따라서 서로 다른 여러 소비자들에게 품질과 관련하여 상이한 여러 수준의 신호들이 전달될 수도 있다고 가정된다. 한 상품의 다양한 품질 속성들은 일정한 순위를 이루고 있다고 볼 수 없다. 그리고 품질 속성들의 순위 또한 소비자마다 다를 수 있기 때문이다.

이처럼 ‘품질의 수평적 차별화’를 가정하는 분석들을 따르면, 품질의 우열을 결정하

는 것은 소비자들의 다양한 취향이라는 결론에 이르게 된다(Salop 1979; Eaton and Lipsey 1976; Schmalensee 1978). 이때 모든 시장 행위자들에 대해 완전 정보의 상황이 가정된다. 그렇기 때문에 소비자들은 단 한 번에 품질 속성을 판단한다고 가정한다. 즉, 품질은 여전히 일차원적인 것으로 파악되고 있는 것이다.

한편, 랭카스터(Lancaster 1966)는 품질을 다차원적으로 파악하고 접근하는 모델을 구축하려 했다. 그는 여러 종류의 상품이 있는 ‘상품군’ 안에서 소비자의 선호도 우선순위가 결정되는 것이 아니라 ‘품질의 특징군’ 안에서 결정될 수 있다고 주장했다. 이때 품질은 수평적으로 차별화되어 있는 셈인데, 상품의 특징들에 대해 소비자들이 이질적인 선호를 가지고 있는 것으로 가정되기 때문이다. 앞서 살펴본 모든 분석틀들에서, 소비자들은 하나의 상품만을 구매하며 다양한 상품들을 구매한다고 해서 그만큼 추가적인 효용을 얻는 것은 아니라고 가정되고 있었다. 그러나 랭카스터(Lancaster 1966)는 소비자도 생산자와 비슷한 방식으로 행동한다고 주장했다. 소비자들의 구매 행동을 최종 소비 단계에서 구매한 상품의 품질 속성을 향유하기 위한 것으로 이해하기보다는, 궁극적으로는 소비자의 ‘자기-생산(self-production)’에 투입되는 자재로서 상품을 구매하는 것으로 이해할 필요가 있다는 것이다. 즉, 소비자들이 최종적으로 고려하는 것은 상품 자체가 아니라 장바구니 안에 들어 있는 상품들의 특징들의 합이라는 것이다. 이러한 주

장에서 핵심은 ‘상품들의 특징들을 합할 수 있다’는 가정이다. 하지만 소비자가 장바구니에 들어 있는 상품들을 각각 분할하여 소비하는 경우에는 그러한 가정이 성립하기 어렵다.

한편, 펄로프와 살롭(Perloff and Salop 1985), 앤더슨·드 팔마·티세(Anderson, de Palma and Thisse 1989)는 과점시장에서 품질의 수직적 차별화와 수평적 차별화 모두를 동시에 가정하는 다차원적 모델을 제시하였다. 이 연구들은 소비자의 취향이 다르고 무작위적일 수 있는 상황에 대한 확률 모형을 구축하고 있다. 이러한 접근방법에서 소비자들은 브랜드나 상품에 대해 상호 배제적인 선택을 해야 하는 상황에 처하게 되며 통계적인 효용함수를 극대화시키는 방향으로 행동할 것이라고 가정된다. 그 결과 소비자 개인들은 각각의 선택에 대해 하나의 확률을 갖게 된다는 것이다. 그럼에도 불구하고 소비자 행동의 무작위성이 관찰되는 경우, 그것은 관찰되지 않은 품질 속성이 작용하는 것으로 해석하게 된다.

소결

지금까지 살펴본 대로, 소비자 인터페이스 접근방법은 품질의 관점에서 시장이 어떻게 작동하는가에 대한 이해를 넓히는 데 크게 기여했다. 이 논의들은 한 번에 둘 또는 세 가지 차원에서 시장을 이해하고 있다(수직적 차별화 또는 수평적 차별화, 일차원 또는 다차원, 탐색재·경험재·신뢰재의 세 가지 정보 환경). 그것이 바로 농

식품 공급사슬(supply chain) 전체를 조망하는 관점에서 품질 문제에 접근하기 어렵게 만드는 한계점이라 할 수 있다.

농식품 공급사슬은 농업 투입재 공급자, 농업 경영체, 가공업체, 여러 단계의 유통업체, 최종 소비자 등이 길게 이어져 있는 연결망(network)이다. 농식품의 품질은 그 같은 공급사슬의 여러 단계마다 각각 다른 방식으로 영향 받을 수 있다. 그리고 농식품의 품질은 각각 단계마다 서로 다른 방식으로 수직적으로 또는 수평적으로 차별화되어 있을 수 있다.

예를 들어, 농식품 공급사슬 안에서 생산자들은 ‘고품질 상품을 공급할 것인가, 아니면 저품질 상품을 공급할 것인가’의 문제가 아니라 ‘합의했거나 계약한 품질 지표에 맞는 상품을 공급할 것인가, 아니면 그렇지 않을 것인가’의 문제를 결정해야 한다. 그렇다면 농식품 생산자와 유통업체 사이의 인터페이스에서 품질과 관련하여 이루어지는 커뮤니케이션 과정 자체가 품질에 크게 영향을 줄 수 있을 것이다. 그리고 소비자들이 활용할 수 있는 품질 관련 정보의 양과 ‘그 정보들이 탐색재, 경험재, 신뢰재의 영역들 중 어디에 관련되어 있는가’의 문제도, 품질 속성에 따라 달라질 수 있으며 시장 참여자들에 의해 영향을 받을 수 있다.

2.2. 소비자 인지 과정 접근방법

응용심리학, 소비자 행동 이론, 마케팅 이론 등의 연구 분야에서는 소비자 인터페이스 접근방법과는 다른 전통 속에서 상품

품질에 대한 접근방법들이 발전해 왔다. 그러한 연구 전통에서 있는 품질 관련 연구들은 ‘소비자들은 어떻게 품질을 인지하는가’라는 문제를 제기하고 있다. 달리 표현하자면, 소비자들이 상품을 구매하기 전 또는 후에 품질을 판단하기 위해 어떠한 단서(cue)를 활용하는가의 문제에 관심을 갖고 있다. 그러한 관심은 공급자들이 상품의 특징들 중 어떤 측면을 향상시켜야 하는지를 의사결정할 때 도움을 받기 위한 실천적인 필요로부터 나온 것이다. 그 같은 배경 속에서 축적되어 온 연구들 중 중요한 것들을 정리해본다.

‘내부 단서’와 ‘외부 단서’ 개념

자코비 · 올슨 · 해독(Jacoby, Olson and Haddock 1971)은 소비자들이 상품의 품질을 인지할 때 어떤 특징들을 활용하는지 알아보기 위해 실험을 했다. 이 연구는 소비자들이 인지하는 품질을 ‘활용 가능한 대안들에 비해 상대적으로 더 큰 만족을 주는 것으로 인지되는 상품의 능력’이라고 정의했다. 그들은 세 가지 종류의 맥주가 각각 지니고 있는 세 가지 특징들, 즉 가격, 브랜드명, 맥주의 구성 성분을 갖고 실험했다. 그 결과 브랜드명과 구성 성분이 가격에 비해 인지된 품질(perceived quality)을 결정하는데 더욱 중요한 것으로 밝혀졌다. 이 연구에서 고찰한 맥주의 세 가지 품질 속성들은 모두 탐색재적 속성이다. 그것들 모두 맥주병의 라벨을 통해 소비자들이 파악할 수 있는 것들이기 때문이다.

자코비 · 올슨 · 해독(Jacoby, Olson and

Haddock 1971)이 소비자 인터페이스 접근 방법에서 논의되었던 그러한 방식의 구분을 명시했던 것은 아니다. 그 연구는 소비자들이 상품의 품질을 평가함에 있어 여러 가지 단서들 중 어떤 것들을 어떤 방식으로 결합하여 사용하는가를 밝히는 데에 초점을 두고 있었다. 이러한 접근방법의 장점은 상품 품질이 차별화되는 다차원적인 성질을 효과적으로 결합할 수 있다는 점이다. 이들의 연구는 상품의 품질이 수평적으로 또는 수직적으로 차별화되는 것이 전적으로 품질 속성 자체에 의한 것만이 아니라 소비자들의 인지 과정에 의해서도 영향을 받는다는 점을 밝혀냈다. 그러나 특정한 품질 속성에 대한 인지가 소비자마다 다르게 나타나는 현상의 원인을 적절히 설명하지 못했다.

그 후 올슨과 자코비(Olson and Jacoby 1972)는 ‘내부 단서(intrinsic cue)’와 ‘외부 단서(extrinsic cue)’라는 두 개념을 도입함으로써 이 문제를 해결하려 했다. 내부 단서는 ‘상품 그 자체의 물리적 특징을 변화시키지 않고서는 실험적으로 조작하거나 변화시킬 수 없는 상품의 속성’이라고 정의된다(Olson and Jacoby 1972:169). 외부 단서는 ‘실험을 통해 변화되더라도 상품의 물리적 특징이 반드시 함께 변화하지는 않는 속성’이라고 정의된다. 내부 단서의 예로는 냄새, 색상, 영양 성분, 식품 첨가제, 방부제 등을 들 수 있다. 외부 단서로는 가격, 브랜드명, 판매점명, 구성 성분 표시 등을 예로 들 수 있다. 마케팅 활동을 통해 외부 단서에 영향을 줄 수 있다. 이처럼 두 종류

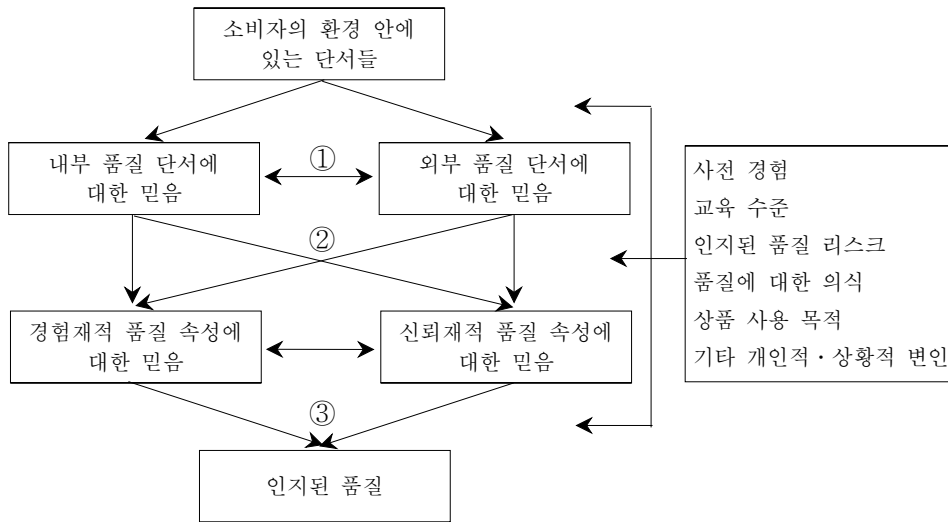
의 품질 단서를 구분하는 것은 그것들이 상품-특정적(product-specific)이며 동시에 소비자-특정적(consumer-specific)일 수도 있기 때문이다. 이 연구에서는 소비자들이 내부 단서를 활용하는 것을 더 선호한다는 사실이 발견되었다. 그리고 내부 단서를 활용하는 것이 쉽지 않을 경우에는, 외부 단서를 참조한다는 사실도 발견되었다. 올슨과 자코비의 접근방법은 상품의 품질에 대한 인지 과정에 영향을 주는 상품의 특징들을 물질적인 토대 위에서 분류하고 있다.

경험재적 품질 속성과 신뢰재적 품질 속성을 포괄하기 위한 모델 개발

스틴캠프와 뮐렌버그(Steenkamp and Meulenberg 1986)는 상품의 품질을 탐색재적 특징, 경험재적 특징, 신뢰재적 특징으로 구분하는 접근방법과 내부 단서와 외부 단서를 구분하는 소비자 인지과정 접근방법을 통합하기 위해 내부 단서와 외부 단서를 새롭게 정의했다. 우선 내부 단서의 범주를 다시 두 가지로 세분화했다. 소비자들이 탐색할 수 있는 상품의 내부적 특징을 ‘내부 단서’라고 정의하고, 본질적으로 경험재 또는 신뢰재적 성격을 가지는 내부적 특징을 ‘내부 속성(attribute)’이라고 정의했다. 그리고 상품의 외부 단서는 언제나 탐색가능한 것으로 간주했다.

스틴캠프(Steenkamp 1989, 1990)는 그 같은 정의를 활용하여 소비자들이 3단계의 과정을 거쳐 상품의 인지된 품질에 대한 판단에 이르게 된다는 ‘품질 인지 모델(model of quality perception)’을 개발했다<그림 1>.

그림 1. 소비자들의 품질 인지 과정에 대한 스티캠프의 모델



자료: 스티캠프(Steenkamp 1989)로부터 재구성.

그는 소비자 개인의 배경 안에 ‘내부 품질 단서에 대한 믿음(intrinsic quality cue belief)’과 ‘외부 품질 단서에 대한 믿음(extrinsic quality cue belief)’에 영향을 주는 어떤 품질 단서들이 존재한다고 주장했다. 이 모델에서 품질 단서들은 상품의 품질과 관련된 정보 자극으로서 소비자에 따라 다르게 해석되며, 소비에 선행하는 지각 과정을 통해 소비자들이 확인할 수 있게 되는 것들이라고 정의된다(Steenkamp 1990, 312).

<그림 1>에 보인 모델의 ①단계에서 소비자는 내부 단서들과 외부 단서들을 획득하고 그것들을 범주화한다. ②단계에서는 품질 속성에 대한 믿음이 형성된다. 인지된 외부 품질 단서들과 내부 품질 단서들이 상품을 소비하기 이전에는 관찰할 수 없는 품질 속성들에 대한 믿음에 영향을 끼친다. 이러한 믿음은 상품이 소비자에게 ‘무엇을 행하거나 제공하는가에 대한 내용’이라고

정의된다(Steenkamp 1990:313). 소비자는 품질 단서들을 활용하여 상품을 구매하기 전에 그 품질 속성들(경험재적 속성과 신뢰재적 속성)을 추론할 수 있다. 마지막으로 ③단계에 이르러, 소비자들은 자신이 형성한 품질 속성에 대한 믿음들을 종합하게 된다. 이러한 믿음들은 상품의 품질에 대한 인지를 형성한다. 이러한 인지과정을 거쳐 상품의 ‘인지된 품질’이 형성된다.

이 모델은 결국 상품 품질의 수평적 차별화 문제에 초점을 맞추고 있는 셈이다. 그러나 특정 품질 속성들과 관련하여 제시되는 우열에 대해 모든 개별 소비자들이 동의하는 상황이라면 수직적 차별화 현상 또한 이 모델을 가지고 설명할 수 있다.

스티캠프와 반 트리프(Steenkamp and Van Trijp 1996)은 <그림 1>에 표현한 모델에 두 단계를 덧붙였다. 그들은 우선 ‘상품의 물리적 특징’이라는 용어를 도입했다.

상품의 물리적 특징은 상품의 구성 성분을 결정한다. 따라서 내부 단서와 내부 속성에 영향을 끼친다. 이것은 상품의 외부 품질 단서에도 영향을 끼칠 수 있다. 예를 들어, 어떤 상품에 함유된 영양소는 그 내부 품질 속성과 상품의 영양성분 함량 표시라는 외부 품질 단서에 모두 영향을 끼치는 물리적 특징이다. 스티캠프와 반 트리프(Steenkamp and Van Trijp 1996)가 도입한 두 번째 새로운 용어는 ‘품질에 대한 기대(quality expectation)’이다. 소비자는 외부 품질 단서와 내부 품질 단서를 살펴본 다음에 특정 수준의 품질을 기대하게 된다는 것이다. 품질에 대한 기대는 소비자의 상품 구매 의사결정에 영향을 끼친다. 그리고 소비자의 품질 인지 과정을 변화시킬 수도 있다. 음식점의 요리를 예로 들어 보자. 값이 저렴한 음식점과 비싼 음식점 모두 동일한 곳으로부터 식자재를 공급받아 백반을 만든다고 가정해 보자. 그 사실을 모르는 소비자들은 아마도 값이 비싼 음식점에서 만드는 요리의 품질이 더 좋을 것이라고 생각할 것이다. 이 같은 두 개의 개념이 새로 추가된 모델에 다시 ‘마케팅 활동’이라는 요소를 추가할 수 있다. 마케팅 활동은 품질의 외부 단서에 영향을 끼친다. 이렇게 수정된 내용들을 종합하면 <그림 2>와 같다.

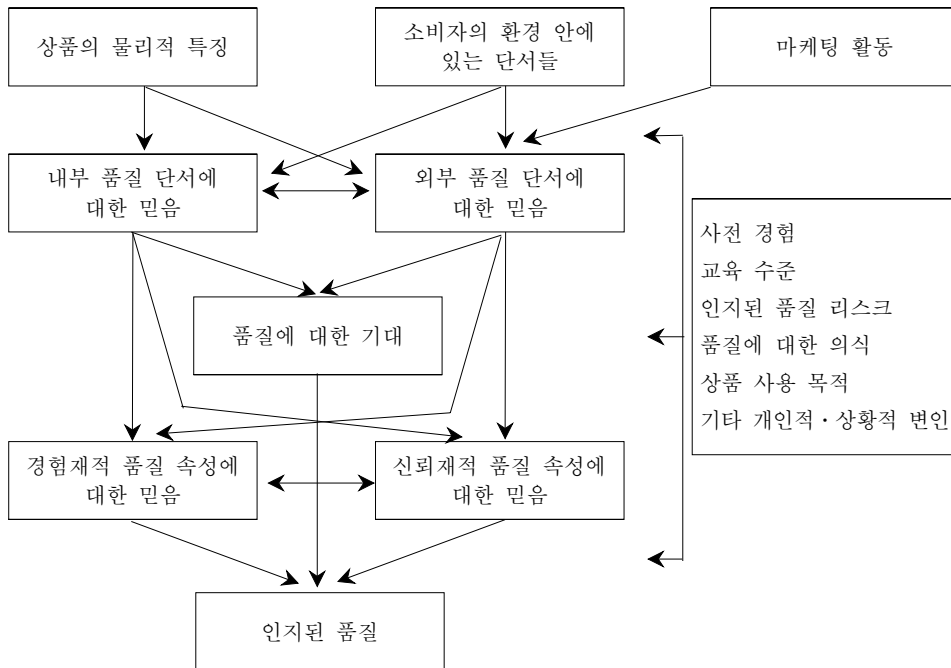
스티캠프와 반 트리프는 스테이크 요리에 관한 품질인지 과정 분석에 이 모델을 적용했다. 정기적으로 스테이크를 먹는 192명의 네덜란드 소비자들을 대상으로 한 조사 연구에서, 그들은 모델 안의 여러 단

계들 사이에 유의미한 관계가 있음을 밝혀냈다. 과학자들이 선형적으로(a priori) 판단했던 물리적 특징들(색상, 지방 함량, 산도, 함수량, 전단력)이 소비자들의 내부 품질 단서에 대한 믿음(신선도, 육안으로 확인할 수 있는 지방질, 외관)에 영향을 끼치는 것으로 밝혀졌다. 이는 다시 품질에 대한 기대에도 영향을 주는 것으로 나타났다. 이 연구를 통해서 상품의 물리적 특징이 품질 속성에 대한 믿음(육질, 지방 함량, 맛)에도 상당한 영향을 끼친다는 점이 밝혀졌지만, 품질에 대한 기대와 인지된 품질 사이에는 유의미한 관계가 발견되지 않았다.

소비자 인지과정 분석 모델의 확장

최근에 그루너트 등(Grunert et al. 1996)은 더욱 포괄적인 모델을 제안했다. 그 후 브레달 · 그루너트 · 퍼틴(Bredahl, Grunert and Fertin 1998)이 그 모델에 대한 검증을 시도했다<그림 3>. 이 모델은 내부 품질 단서와 외부 품질 단서를, 그리고 기대된 품질과 인지된 품질도 구별하고 있다. 그들은 ‘비용 단서(cost cue)’라는 개념을 도입하고 있으며, 소비자들의 구매 의도를 모델 안에 명시적으로 포함시키고 있다. 비용 단서는 인지된 비용 단서에 영향을 주고, 이것은 다시 인지된 비용에 영향을 주는 것으로 되어 있다. 인지된 비용은 기대된 품질과 함께 구매 의도에 영향을 끼치는 요소이다. 그리고 농식품 요리 방법도 인지된 품질에 영향을 준다고 설명한다. 이들이 새로이 사용하고 있는 ‘상품의 기술적 사양(technical product specification)’이라는 용어

그림 2. 스티캠프와 반 트리프의 품질 인지 과정에 대한 확장 모델



자료: 스티캠프와 반 트리프(Steenkamp and Van Trijp 1996).

는 스티캠프가 상품의 물리적 특징이라고 한 개념을 포함하는 것이다. 이 모델에서 ‘지각적 특징(sensory characteristics)’은 경험재적 품질 속성과 유사한 개념이다.

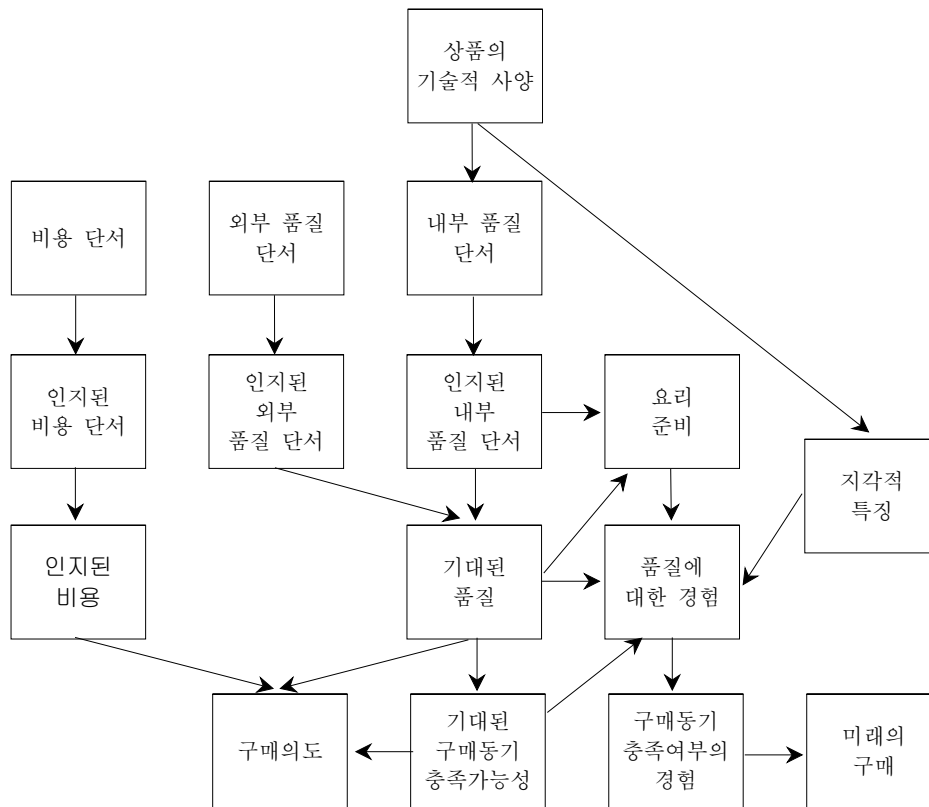
소결

소비자 인지과정 접근방법은 내부 단서와 외부 단서를 구별함으로써 소비자가 상품의 품질을 평가하는 여러 단계의 과정을 모델로 구성하고 있다. 여기에서 내부 단서와 외부 단서는 소비자의 상품 구매 의사결정 과정 중 첫 번째 단계를 이끄는 개념들이다. 내부 품질 속성은 소비자가 상품을 구매한 후에 그 상품에 대한 추가적인 이미지를 형성시키는 과정에 영향을 끼친다. 그뿐만 아니라 품질에 대한 경험에도 영향

을 준다.

그리고 소비자 인지과정 접근방법에서는 상품을 구매한 후에도 평가할 수 없는 품질 속성, 예컨대 신뢰재적 품질 속성도 소비자가 외부 품질 단서를 통해 부분적으로라도 평가할 수 있는 것으로 이해된다. 예를 들어, ‘유기농’이라는 품질 표시는 소비자 인지과정 접근방법에 따른다면 외부 품질 단서라 할 수 있다. 이 표시는 소비자들에게 해당 상품이 어떤 방식으로 생산되었는지를 알려 주며 상품 안의 잔류농약 허용치에 대한 정보를 제공한다. 소비자 인지과정 접근방법은 농식품 품질의 수직적 차별화와 수평적 차별화를 명료하게 구분하지는 못한다. 대신에 생산자 또는 공급자가 소비자들의 품질 인지 과정에 영향을 미칠

그림 3. 식품 품질 종합 모델



자료: 브레달, 그루너트, 퍼틴(Bredahl, Grunert, and Fertin 1998: 2)

수 있는 수단들로 어떤 것들이 가능한지에 대한 일련의 메뉴를 제공함으로써, 농식품 공급사슬과 관련된 이슈들에 접근하고 있다.

하지만 소비자 인지과정 접근방법이 간과하고 있는 부분이 아주 없는 것은 아니다. 스티캠프와 반 트리프의 모델은 소비자들의 정보 환경을 소비자 개인의 품질 인지 형성 과정에 곧바로 대입시키고 있는 것 같다<그림 2>. 브레달·그루너트·퍼틴의 모델은 오히려 어떤 측면에서는 후퇴하고 있는 것처럼 보인다<그림 3>. 중요한 쟁점이 되는 경험재적 품질 속성과 신뢰재적 품질 속성을 명확하게 구분하지 않기

때문이다. 그리고 두 모델 모두 개념 정의가 엄밀하지 못하다. 예를 들어 ‘상품의 물리적 특징’이나 ‘상품의 기술적 사양’ 같은 용어는 모호한 표현이다. 이 용어들은 소비자가 탐색할 수 있는 상품의 물리적 특징들만을 포함하는 것처럼 보이지만, 한편으로는 경험재적 속성이나 신뢰재적 속성을 가지는 모든 물리적 특징들을 포함하는 것처럼 보이기도 한다. 결국, 소비자 인지과정 분석 틀에서는 품질 속성에 대한 정보 환경의 문제가 온전하게 다루어지지 못하고 있다.

2.3. 구성주의(constructivism) 접근방법

농식품 품질 문제에 대한 소비자 인터페이스 접근방법은 ‘품질’과 관련된 시장의 작동을 설명하려는 시도라고 이해할 수 있다. 이에 비해 소비자 인지과정 접근방법은 시장 전체를 설명하려는 시도라기보다는 소비자들의 선택 과정을 설명하려는 시도였다. 한편, 또 다른 관점을 가지는 접근방법이 있다.

농촌 사회학 연구 분야에서는 농식품 품질과 관련된 접근방법이 앞에서 설명한 두 분야들에 비해서 그다지 정교하게 정립되어 있지 않다. 농촌 사회학 연구자들이 특히 ‘품질’ 이슈에 주목하게 된 것은 대체로 1990년 초반 세계무역기구(WTO)의 출범 이후로, 비교적 최근의 일이기 때문인 것 같다. 농촌 사회학 연구에서 농식품의 품질 문제가 중요하게 다루어져야 한다는 주장은 매우 많았다(Murdoch and Miele 1999; Ilbery and Kneafsey 1998, 1999, 2000; Morris and Young 2000). 그러나 ‘품질’ 그 자체에 대한 심층적인 분석을 수행한 연구는 그리 많지 않다. 대부분의 경우에 그러한 논의는 상품의 곁에 ‘코팅’하는 수준을 넘어서지 못해 왔다는 지적이 있을 정도이다(Parrott *et al.* 2002:243). 그만큼 농식품 품질 문제에 대한 연구는 주로 농업 경제학자들이나 식품 마케팅 연구자들이 주도해 왔던 것이다.

‘품질’은 매우 복잡한 개념이다. 그것은 특정 상품에 따라서 그리고 개인, 지역, 국가에 따라서 그 의미가 달라지기 때문이다(Bowbrick 1992). 따라서 어떤 학문적 배경으로부터 접근하는가에 따라 초점이 달

라진다. 1990년대 이후 농촌 사회학 연구자들은 ‘품질’ 개념에 대한 구성주의 접근방법을 도입했다. 이들에게 구성주의 접근방법이 필요했던 이유는, 기존의 경제학적 분석 틀이나 소비자 인지과정 분석 틀의 관점으로는 특정 지역의 농식품을 생산하는 생산자들의 입장에서, 즉 지역농업 계획의 입장에서 품질과 관련된 이슈에 접근하는데 한계가 있었기 때문이다.

농식품 마케팅 연구자로 분류할 수 있는 헨슨(Henson 2000)은 품질 속성들을 ‘생산품 지향적 품질’, ‘생산과정 지향적 품질’, ‘사용자 지향적 품질’의 세 가지로 분류하고 있다. 이때 생산품 지향적 품질이란 지방 함량, 색상, 육질 등과 같은 물리적 특징을 말하는 것이다. 생산 과정지향적 품질이란 상품이 만들어지는 과정상의 특징, 예를 들면 유기농 재배 여부 같은 것을 말한다. 사용자 지향적 품질이란 소비자의 입장에서 본 품질에 대한 지각을 뜻한다. 헨슨은 그 세 가지 종류의 ‘품질들’ 중에서 생산품 지향적 품질과 생산 과정 지향적 품질은 객관적인 측정을 통해 판단하기가 쉬운 반면에 사용자 지향적 품질은 주관적인 것이며 소비자의 경험과 관련이 있다고 주장한다. 그러한 유형화는 품질이 소비자에게 전달되는 여러 단계에 따라 생각하는 데에는 유용한 반면에, 생산자(또는 가공자)와 소비자 사이의 구분 그리고 생산의 맥락과 소비의 맥락 사이의 구분을 만들게 된다. 그리고 상품의 품질이 생산의 맥락과 소비의 맥락 속에서 어떻게 연계되어 있는지를 밝혀내기 어렵게 만든다. 그리하여 특정 농

식품이 생산되는 특정 장소의 지리학적 특성 또는 그곳에 구조화되어 있는 사회적 생산 체계에 더욱 많은 관심을 기울여 왔던 농촌 사회학 분야 연구자들은 농업경제학 분야나 마케팅 분야에서 정립되어 온 접근방법들과는 다른 관점에서 품질을 연구할 필요성을 느끼게 된 것 같다.

특정 농식품의 품질은 그것을 구성하는 속성들에 대한 여러 가지 지표들(indicators) 또는 구인들(constructs)에 의해 규정된다. 품질 지표들은 일반적으로 객관적인 지표와 주관적인 지표로 분류된다. 객관적인 지표란 외부적인 검증과 통제가 가능한 속성들과 관련된 것들이다. 식품의 약안전성의 미생물학적 안전성 검사 기준 같은 것들을 그 예로 들 수 있다. 이에 비해 주관적 지표란 해당 농식품을 직접 접하는 이해 당사자가 경험하는 인지과정과 관련된 것들이다. 예를 들면, 고사리가 산림에서 채취한 자연산이나 농가가 재배한 것이냐 하는 기준 같은 것들을 들 수 있다.

그런데 농식품 품질 정의(definition)의 문제와 관련하여 핵심이 되는 것은, 품질 차별화된 농식품은 그것이 갖고 있는 특정한 품질 기준에 부합하지 못하는 그 밖의 식품과 구별될 수 있게 해주는 위치재로서의 특성(positional characteristics)을 갖고 있다는 점이다(Quinn 1994; Ilbery and Kneafsey 1997:105). 즉, 특정 농식품의 품질은 다른 품질 속성을 갖고 있는 농식품과의 비교, 그리고 수요자가 선호하는 품질 속성 유형에 따라 언제나 상대적으로 평가될 수밖에 없다는 것이다. 그렇기 때문에 ‘품질이 좋

은 것이 좋다’라는 고도로 추상화된 관념 외에는, ‘품질’이 의미하는 바를 명쾌하고 구체적으로 설명할 수 있는 경우가 매우 드물다. ‘품질’ 개념을 사용하는 주체가 누구인가에 따라서 품질 개념을 구성하는 구인(constructs)들이 사뭇 달라지기가 쉽다.

구성주의 접근방법은 ‘품질은 여러 가지 이유에 의해 특정한 방식으로 품질을 해석하거나 표상하거나 규제하려고 하는 여러 행위자들의 상호 작용을 통해 사회적으로 구성된다(Marsden and Arce 1995)’는 입장을 취한다. 그뿐만 아니라 지역 특산 농식품과 관련되는 경우 품질은 ‘진정성(authenticity)’, ‘전통’ 등과 같은 사회적으로 구성되고 가치부하된(value-laden) 개념들을 토대로 만들어진 기준의 적용을 받기도 한다(Ilbery and Kneafsey 2000:1).

이러한 구성주의 접근방법들의 초기 논의는 농식품의 품질을 구성하는 구인들의 문제에 집중되어 있었다. 식품의 품질과 관련하여 일반적으로 동의되는 정의는 존재하지 않지만, 일베리와 님세이(Ilbery and Kneafsey 1997)는 식품 품질에 대해서 자주 논의되고 있는 기준들을 <표 2>와 같이 정리한 바 있다. 이 가운데 어떤 것들은 객관적인 근거를 갖고 제시할 수 있는 구인들이고, 어떤 것들은 주관적인 기준들이다. 그러나 이것 역시 개별 행위자들이 제시하는 품질 구인들을 한데 모아 놓은 것일 뿐, 특정한 지역에서 생산되는 특정 농식품에 대해서 다수의 행위자들이 공유하는 품질 구인이라고는 할 수 없다. 특정 농식품에 대해서, 행위자들은 제각각 다른 주

표 2. 일베리와 닙세이(Ilbery and Kneafsey 1997)가 정리한 식품 품질의 제 차원

식품 품질의 제 측면	설명
생산 방법	전통적 생산 방법, 환경친화적 생산 방법, 사회적으로 정당한 생산방법
생산 장소	지역적으로 차별화되는 상품인가?
추적가능성(traceability)	식품의 원산지가 명확하게 규정되어 있는가?
원재료/성분	식품의 진정성(authenticity)과 천연성(naturalness)과 관계있을 수 있는 원재료나 성분
안전성	생산, 가공, 포장, 표시, 유통, 저장 등의 과정에서 있을 수 있는 안전성 문제에 대한 소비자 신뢰
영양	식품은 좋은 영양 공급원이 되며, 영양상의 소비자 관심을 충족시키는가?
지각적(sensual) 속성	식품이 지각에 영향을 미치는 방식. 예: 외관, 신선도, 향, 조직, 느낌, 유타
기능적 속성	식품은 그것이 의도한 목적을 충족시키는가?
생물학적 속성	식품이 소비자의 생물학적 요구에 부합하는가? 예: 유산균 발효유

관적 품질 정의를 갖고 있는 것이다.

하지만 것처럼 품질 정의의 문제를 개별 행위자들의 주관성의 영역으로 넘겨 버릴 때, 또 다른 종류의 문제에 부딪히게 된다. 품질 정의가 순전히 개인들의 주관에 의해 이루어지는 것이라면, 일정한 기준에 의해 특정 상품의 품질을 표준화하거나 등급화하는 제도적인 노력들은 무의미하게 될 것이다. 품질을 표준화하거나 등급화하는 제도적인 노력은 개별 행위자들이 다양한 방식으로 갖고 있는 품질 정의를 불완전하나마 일정한 공통된 틀 안에 규정해 둠으로써 유통과정에서의 거래비용 감소, 식품 안전성을 위한 규제 등의 효과를 거두기 위한 것이다. 현실에서 부딪히는 문제는 바로 이 같은 품질에 대한 사회적인 정의의 단계에서 발생한다. 따라서 구성주의 접근방법을 취하는 이들은 농식품 품질 정의의 문제를 원자화된 개인(atomized individual)의 주관성 영역에만 두지 않고, 개인들의 사회적 행

위 속에서 상호 주관적으로 구성되는 영역으로 파악하고 다루어야 한다고 주장한다 (Arce and Marsden 1993, 1995; Battershill and Gilg 1998; Buck, Getz and Guthman 1998; Ilbery and Kneafsey 1997, 1998, 2000; Marsden, Flynn and Harrison 1997; Morris and Young 2000; Murdoch and Miele 1999; Ventura and van der Meulen 1994).

이같이 품질에 대한 정의가 사회적으로 구성된다는 주장을 따른다면, 뒤이어서 제기되는 문제는 ‘품질에 대한 정의가 구성되는 사회적 영역은 어디인가’라는 점이다. 또는 ‘특정 농식품과 관련된 행위자들의 담론과 행위들이 조우하고 상호 작용하게 되는 사회적 영역의 특성은 어떠한가’라는 경험적 수준에서의 질문이 제기된다. 구성주의 접근방법을 취하는 많은 연구자들이 ‘품질에 대한 정의는 사회적으로 구성된다’라고 주장하고 있음에도, 특정한 사회적 영역

에서 이루어지는 품질 정의의 과정을 경험적으로 규명한 연구는 그리 많지 않다.

영국에서의 농식품 품질보증체계(Quality Assurance System) 도입 과정에서 나타난 여러 행위자들의 담론을 분석하여 품질 정의의 사회적 구성과정을 살펴본 모리스와 영(Morris and Young 2000)의 연구와 이탈리아 움브리아(Umbria) 지역의 특산물인 치아니나(Chianina) 쇠고기에 대한 사례 연구를 통해 공급사슬 내 행위자들(생산자, 유통자, 소비자)이 갖고 있는 품질 정의들이 공급사슬 망 안에 어떻게 형성되어 있는지를 분석한 벤츄라와 반 데 뮐렌(Ventura and Van der Meulen 1994)의 연구, 그리고 마찬가지로 움브리아 지역의 포도재배 농가들을 대상으로 공급사슬 망 내에서의 품질정의의 사회적 구성 과정을 분석한 벤츄라와 반 데 뮐렌(Ventura and Van der Meulen 1995)의 연구가 있을 뿐이다.

첫 번째 사례 연구는, 품질인증 또는 보증과 관련된 제도의 영역에서 사회적으로 구성되는 품질 정의의 과정을 분석한 것이다. 농식품 품질 관련 연구들에서 최근에 중요한 문제로 다루어지고 있는 ‘식품 안전성에 대한 소비자 신뢰 형성을 위한 제도적 장치 도입의 가능성과 제약’을 다루고 있다. 한편, 두 번째와 세 번째 사례 연구는 움브리아 지역 농업의 활성화라는 관점에서 접근한 것이다. 이 연구들은 지역의 고품질 농산물 생산 및 마케팅 전략 수립에 실제로 기여하기 위한 관점에서 ‘품질 정의의 사회적 배태 양상’을 ‘품질의 사회적 결정회로(social circuit for definition of

quality)’라는 개념을 사용하여 분석했다. 이 두 가지 경험적 사례 연구로부터 얻을 수 있는 함의는, ‘품질 정의는 사회적으로 구성된다’는 관점을 받아들인다 하더라도 구체적인 경험적 연구에 그것을 적용시킬 때에는 연구의 목적이나 구체적인 연구 대상에 따라서 분석 방법이 판이하게 달라질 수 있다는 점이다.

2.4. 지리적 특성과 농식품 품질의 관계에 대한 접근방법

농촌개발 연구 분야에서 최근에 이루어지고 있는 농식품 품질에 관한 논의는 농식품이 생산되는 지리적 맥락을 더욱 강조하고 있다. 특히, 농식품이 생산되는 곳의 생산체계에 관한 정보를 품질 표시에 담고자 하는 노력이 지속적으로 이루어지는 현상에 관심을 가진 일군의 프랑스 연구자들로부터 논의가 시작되었다(Thevenot 1998; Sylvander 1995, 1998). 유럽, 그 중에서도 프랑스를 배경으로 먼저 시작된 농촌개발 분야 품질 논의의 배경에는, WTO 체제의 출범 이후 가속화된 농식품 산업 부문의 지구화(globalization)로부터 비롯된 위협에 직면한 지역 농식품 생산체계를 강화시키고 유럽단일시장(Single European Market)으로 진출하려는 의지가 깔려 있다. 이러한 논의들은 지리적 특성과 농식품 품질의 관계를 분석하는 데 있어 보다 일반적으로 채용할 수 있는 많은 개념들을 탄생시켰다.

1993년에 유럽 공동체는 지역적인 특징을 가지는 식품과 전통 식품을 보호하기 위한 두 개의 규정을 만들었다(CEC 1992a,

1992b). 전자의 경우 ‘원산지 표시 보호 (PDO, Protected Designation of Origin)’ 제도를, 그리고 후자의 경우는 ‘지리적 표시 보호(PGI, Protected Geographical Indication)’를 적용할 수 있는 상품들을 규정하고 있다. ‘원산지 표시 보호’나 ‘지리적 표시 보호’가 적용될 수 있는 대상은 ‘지역이나 구체적인 장소의 명칭 그리고 예외적인 경우에 한해 국가의 명칭’이라고 규정되어 있으며, 그 명칭들에 이어서 “PDO” 또는 “PGI”라는 문자를 쓸 수 있도록 하고 있다. 그 같은 표시들은 해당 농산물 또는 식품이 특정 지역, 구체적인 장소, 국가 안에서 기원했다는 사실을 입증하는 것이다. “PDO”의 경우, ‘품질 또는 기타의 특징들이 본질적으로 또는 배타적으로 특정한 지리적 환경과 그 환경 안에 내재한 자연적·인간적 구성 요소들로부터 기인했으며, 그 생산, 가공, 준비 과정이 해당 지리적 범위 안에서 발생한다’는 점을 입증하는 것이다. “PGI”는 그와는 다른 경우로서, ‘품질 또는 평판이 특정한 지리적 환경과 그 안에 내재한 자연적 그리고(또는) 인간적 구성 요소들에 원인이 있을 수 있다’는 점을 입증하는 것이다.

이러한 규정들은 모두 지역의 기술, 전통, 자원, 기후적 요인들이 농산물 또는 식품의 생산 과정에 중요하게 작동한다는 점을 알려 주는 것이다. 하지만 그러한 특징들은 특허법 체계에 속한 ‘상표(trademark)’를 통해서도 보호 받지 못했다. PDO나 PGI가 실제로 적용되는 과정에 있어서는 해당 상품을 독특한 것으로 만들어주는 품질들이

(그것이 자연적인 원인에 의한 것이든 인위적인 원인에 의한 것이든) 세밀하게 규정된다. 그것들과 비견할 수 있는 품질인증 제도로써 프랑스의 ‘원산지 호칭 보호제도 (Appellation d’Origine Contrôlée, AOC)’가 있다. AOC는 1919년부터 시행된 제도로써, 그것이 인증하고자 한 품질은 해당 지역의 토양과 원산지의 땅(*le terroir*) 밖에서는 그러한 품질의 재생산이 불가능하다는 점을 가리키고 있다. 식품 표시에 대한 이러한 접근방법은 ‘땅의 독점적 지위’를 인정하는 것이다(Moran 1993).

여러 가지 측면에서 볼 때, 그 같은 인증들은 생산의 맥락(조직적 맥락, 문화적 맥락, 땅의 맥락 등)에 내재한 특질들을 상품의 맥락과 연계하려는 시도로 이해할 수 있다. 이때의 품질 개념에 대해서는 논쟁의 여지가 존재한다. 패롯 등(Parrott *et al.* 2002)은 PDO나 PGI는 품질을 표시한 것이 아니며, 그러한 표시를 부여하는 과정에서 명시적이거나 비교 가능한 품질 평가과정이 반드시 수반되고 있는 것도 아니라고 비판한다. 하지만, 이러한 제도들은 최소한 암묵적으로라도 그것들에 의해 보호받는 상품들의 품질이 어느 정도는 그 생산의 맥락에 내재한 특질에 의해 규정되고 있음을 전제한다고 보아야 한다.

이처럼 농식품 품질에 관한 농촌개발 분야 논의는 지리적 특성과 품질의 연관성에 기초한 제도의 문제에 집중되고 있다. 지리적 특성과 상품의 품질 속성간 관계의 문제(Parrott *et al.* 2002), 그 같은 제도들을 통해 적용되고 있는 표시에 대한 소비자들

의 반응과 정책적 효과에 관한 연구 (Bonnet and Simioni 2001; van der Lans *et al.* 2001) 등을 그 예로 들 수 있다.

3. 결론

농식품의 품질에 관한 담론은 경제학, 마케팅 연구, 농촌 사회학, 농촌개발 연구 등의 여러 학문 분야에서 광범위하게 형성되어 왔다. 그 중 소비자 인터페이스 접근방법이 주로 품질과 관련된 시장의 작동 원리를 설명하는 데에 초점을 두고 있다면, 소비자 인지과정 접근방법은 소비자들이 구매 의사결정을 내리기까지의 품질 인지 과정에 관심을 집중시키고 있다. 한편, 상대적으로 낮은 시기에 ‘품질’ 이슈에 관심을 갖기 시작한 농촌 사회학과 농촌개발 분야에서의 논의는 크게 두 가지 방향으로 분화되어 왔다. 농촌 사회학 연구자들은 ‘농식품의 품질에 대한 정의는 사회적으로 구성된다’는 구성주의 접근방법을 정립하려 노력해 왔다. 농촌개발 분야에서의 논의는 특정 지역 농식품의 품질과 그것이 생산되는 지리적 환경 사이의 관계에 관한 탐구에서 시작하여 유럽에서 발전한 ‘지리적 표시 제도들’에 대한 분석으로까지 전개되어 왔다.

경제학이나 마케팅 연구 분야의 논의들 (소비자 인터페이스 접근방법과 소비자 인지과정 접근방법)은 분석 틀을 정교하게 발전시켜왔지만, 전반적으로 특정 농식품을 생산하는 지역의 생산자들과 품질의 문제는 상대적으로 관심을 덜 기울여 온 것

으로 보인다. 이에 비해 농촌 사회학과 농촌개발 연구 분야의 논의들은 생산자 또는 생산 지역의 관점에 더욱 관심을 기울이고 있다. 그러나 적절한 경험적 분석 틀이 확립되어 있지 못하며, 경험적인 연구를 통해 실천적 함의를 제공하려는 시도들은 아주 최근에서야 등장하고 있다.

우리나라에서 농식품 품질 문제에 관한 담론이 현장에서의 실천이나 정책의 변화 속도에 맞게 활성화되고 있지는 못한 것 같다. 농식품 유통업계는 이미 품질관리체계 도입으로 인해 분주하고, 농식품 품질과 관계된 새로운 중앙정부 정책들이 연속적으로 기획되고 실행되기 시작했다. 그러나 구체적으로 어떤 맥락에서 어떠한 정책적 처방이 타당할 것인지, 시장 행위자들이 농식품 품질과 관련된 실천을 할 때 그 사회적 편익이 극대화되기 위해서는 어떤 장치가 필요할 것인지 등에 대해 엄밀하게 판단하려면, 가능한 빨리 관련 연구자들의 풍부한 논의를 통해 이론적 토대를 구축해야 할 것이다.

참고문헌

- Arce, A. and T. Marsden. 1993. "The social construction of international food: a new research agenda." *Economic Geography* 69(3):291-311.
- Akerlof, G.A. 1970. "The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism." *Quality Journal of Economics* 84(3):488-500.
- Anderson, S.P., A. de Palma and J.F. Thisse. 1989. "Demand for differentiated

- products, discrete choice models, and the characteristics approach." *Review of Economic Studies* 56:21-35.
- Auriol, E. and S.G. Schilizzi. 2000. "Quality Signaling through Certification." paper presented at the Fourth Conference on Industrial Organization and the Food Processing Industry, Jun. 22-23, Toulouse, France.
- Battershill, M.R.J. and A.W. Gilg. 1998. "Traditional low intensity farming: evidence of the role of vente directe in supporting such farms in Northwest France, and some implications for conservation policy." *Journal of Rural Studies* 14(4):475-486.
- Bonnet, C. and M. Simioni. 2001. "Assessing consumer response to Protected Designation of Origin labelling: a mixed multinomial logit approach." *European Review of Agricultural Economics* 28(4):433-449.
- Bowbrick, Peter. 1992. *The economics of quality, grades and brands*. N.Y.: Routledge.
- Bredahl, L., K.G. Grunert, and C. Fertin. 1998. "Relating Consumer Perceptions of Pork Quality to Physical Product Characteristics." Working Paper .53, Centre for Market Surveillance, Research, and Strategy for the Food Sector, Aarhus School of Business.
- Buck, D., C. Getz and J. Guthman. 1998. "From farm to table: the organic vegetable commodity chain of northern California." *Sociologia Ruralis* 37: 21-34.
- Caswell, J.A. and E.M. Mojduszka. 1996. "Using informational labeling to influence the market for quality in food products." *American Journal of Agricultural Economics* 78(5): 1248-1253.
- Caswell, J.A., C.M. Noelke and E.M. Mojduszka. 2002. "Unifying two frameworks for analyzing quality and quality assurance for food products." in Barry Krisoff and Mary Bohman (eds.), *Global Food Trade and Consumer Demand for Quality*. New York: Kluwer Academic / Plenum Publishers.
- CEC. 1992a. *Council Regulation on the Protection of Geographical Indications and Designations of Origin for Agricultural Products and Foodstuff*. Brussels: CEC.
- _____. 1992b. *Council Regulation on Certificates of Specific Character for Agricultural Products and Foodstuffs*. Brussels: CEC.
- Darby, M.R. and E. Karni. 1973. "Free competition and the optimal amount of fraud." *Journal of Law Economics* 16(1): 67-88.
- Eaton, B.C. and R.G. Lipsey. 1976. "The non-uniqueness of equilibrium in the Loschian location model." *American Economic Review* 66: 77-93.
- Grunert, K.G., H.H. Larsen, T.K. Masden and A. Baadsgaard. 1996. *Market Orientation in Food and Agriculture*. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- Henson, S. 2000. "The Process of Food Quality Belief Formation from a Consumer Perspective" in T. Becker (ed.),

- Quality Policy and Consumer Behavior in the European Union* Kiel: University of Kiel.
- Hooker, N.H. and J.A. Casewill. 1995. "Trends in food quality regulation: Implications for processed food trade and foreign direct investment." *Agribusiness* 12(2): 411-419.
- Ilbery, B. and M. Kneafsey. 1997. "Regional images and the promotion of quality products and services in the lagging regions of the European Union." paper presented at the third Anglo-French Rural Geography Symposium, Nantes, September 1997.
- _____. 1998. "Product and Place: Promoting Quality Products and Services in the Lagging Regions of the European Union." *European Urban and Regional Studies* 5(4):330-341.
- _____. 1999. "Niche Markets and Regional Speciality Foodstuffs in Europe: Towards a Research Agenda." *Environment and Planning A* 31: 2207-2222.
- _____. 2000. "Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England." *Journal of Rural Studies* 16: 217-230.
- Jacoby, J., J.C. Olson and R.A. Haddock. 1971. "Price, brand name, and product composition characteristics as determinants of perceived quality." *Journal of Applied Psychology* 55(6): 570-579.
- Lancaster, K.J. 1966. "A new approach to consumer theory." *Journal of Political Economy* 74:132-157.
- Marsden, T. and A. Arce. 1995. "Constructing quality: emerging food networks in the rural transition." *Environment and Planning A* 27:1261-1279.
- Marsden, T., A. Flynn and M. Harrison. 1997. "Creating competitive space: exploring the social and political maintenance of retail power." *Environment and Planning A* 30:481-498.
- Moran, W. 1993. "The Wine Appellation as Territory in France and California." *Annals of the Association of American Geography* 82(3):27-49.
- Morris, C. and C. Young. 2000. "'Seed to Shelf', 'Teat to Table', 'Barley to Beer' and Womb to Tomb: Discourses of Food Quality and Quality Assurance Schemes in the UK." *Journal of Rural Studies* 16(1): 103-115.
- Murdoch, J. and M. Miele. 1999. "'Back to Nature': Changing Worlds of Production in the Food Sector." *Sociologia Ruralis* 39(4):465-483.
- Nelson, P. 1970. "Information and consumer behavior." *Journal of Political Economy* 78(2):311-329.
- Olson, J.C. and J. Jacoby. 1972. "Cue utilization of the quality perception process." In *Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*, M. Venkatesan ed., Association for Consumer Research, Iowa City: University of Iowa.
- Parrott, N., N. Wilson, and J. Murdoch. 2002. "Spatializing quality: Regional protection and the alternative

- geography of food." *European Urban and Regional Studies*, 9(3):241-261.
- Perloff, J. and S. Salop. 1985. "Equilibrium with product differentiation." *Review of Economic Studies* 52:107-120.
- Quinn, M. 1994. "Networks and economic life." in Smelser and Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. London: Sage.
- Salop, S. 1979. "Monopolistic competition with outside goods." *Belgian Journal of Economics* 10:141-156.
- Schmalensee, R. 1978. "Entry deterrence in the ready-to-eat breakfast cereal industry." *Belgian Journal of Economics* 9:305-327.
- Sheshinski, E. 1976. "Price, quality and quantity regulation in monopoly." *Econometrica* 43:127-137.
- Spence, M. 1976. "Product differentiation and welfare." *American Economic Review* 66:407-414.
- Steenkamp, J.B. 1989. *Product Quality: An Investigation into the Concept and How It Is Perceived by Consumer*. Assen: Van Gorcum.
- _____. 1990. "Conceptual model of the quality perception process." *Journal of Business Research* 21(4): 309-333.
- Steenkamp, J.B. and M.T.G. Meulenberg. 1986. "Perceived Quality and Its Relationship to Preference: An Application to Margarine and Butter." paper presented at Contemporary Research in Marketing, 15th Annual Conference of the European Marketing Association, Helsinki.
- Steenkamp, J.B. and H.C.M. van Trijp. 1996. "Quality guidance: A consumer-based approach to food quality improvement using partial least squares" *European Review of Agricultural Economics* 23(2):213-225.
- Stigler, G.J. 1961. "The economics of information." *Journal of Political Economy* 69(3):213-225.
- _____. 1962. "Information in the labor market." *Journal of Political Economy* 70(5):94-105.
- Sylvander, B. 1995. "Specific Quality Products, an Opportunity for Rural Areas." *LEADER Magazine* 3(3):28-41.
- _____. 1998. Raw "Milk or not Raw Milk? Procedural Working Out of a Local Agreement and Innovation Systems." paper presented at the Systems and Trajectories of Innovation Conference, California: University of California.
- Thevenot, L. 1998. "Innovating in "Qualified" Markets: Quality, Norms and Conventions." paper presented at the Systems and Trajectories of Innovation Conference, California: University of California.
- Van der Lans, I.A., K. Van Ittersum, A. de Cicco and M. Loseby. 2001. "The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products." *European Review of Agricultural Economics* 28(4):451-477.
- Ventura, F. and H. van der Meulen. 1994. "Transformation and Consumption of High-Quality Meat: the Case of Chianina Meat in Umbria, Italy." in Ploeg and Long (eds.) *BORN FROM*

WITHIN: Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development.
Assen: Van Gorcum.

_____. 1995. "Methods for Identifying and Reinforcing Endogenous Rural Development: Experiences from Umbria." in Ploeg and van Dijk (eds.)

BEYOND MODERNIZATION: The Impact of Endogenous Rural Development. Assen: Van Gorcum.

■ 원고 접수일 : 2005년 8월 31일 원고 심사일 : 2005년 9월 8일 심사 완료일 : 2005년 12월 30일
--