

환경농업에 대한 인식과 태도: 수도권 9개 생활협동조합의 사례

정지웅* · 임형백** · 김정태*** · 고운미*** · 강상빈***

*서울대학교 교수 · **서울대학교 강사 · ***서울대학교 대학원

Cognition and Attitudes to Environmental Agriculture : Focused on 9 Consumer and Life Cooperatives in the Metropolitan Area

Ji Woong Cheong* · Hyung-Baek Lim** · Jung Tae Kim*** · Woon Mee Koh*** ·

Sang Bin Kang***

* Professor, Seoul National University, ** Lecturer, Seoul National University

*** Ph.D. Candidate, Seoul National University

Summary

With emphasis on environmentally safe and sustainable and economically sound and oriented to consumer, this study intends to assess the consumers' cognition and attitudes for safe food distribution, to investigate the supplying system of the organic farm products, to survey the consumer and life cooperatives dealing with organic farm products, and to draw some implications toward environment- and consumer-oriented agriculture. Related literatures and available documents were reviewed to conceptualize the environmental-and consumer-oriented agriculture and consumer and life cooperatives, to grasp the nationwide status of such alternative agriculture and consumer cooperatives, and investigate the consumers' cognition and attitude.

In order to investigate the consumers' needs for organic farm products and to grasp the active consumer and life cooperatives dealing with organic farm products, questionnaire method and non-structured interview were applied. The environment-and consumer-oriented agriculture refers here to the farming system in which any farm food and other living products giving no harm to human and livestock health and catering the consumers' need. The consumer and life cooperatives is consumer's group buying and selling organic farm products organized in the cooperative system with which any consumer can be affiliated to buy organic farm products safely and reasonably.

Key Words : Environmental Agriculture, Consumer and Life Cooperatives, Cognition and Attitudes

I. 서 론

1. 연구의 필요성

최근 환경오염의 문제가 심각한 실정에서 안

전한 농산물에 대한 수요가 증가되면서 환경농업이 다양한 용어와 형태로 주장되고 있고, 실제 지역단위로도 다양한 환경친화적 농업이 활발히 실시되고 있기도 하다. 그러나 이러한 환경농업은 아직 일부분에 국한되고 있고 대체로

는 수요자와 공급자가 원활히 연계되지도 못하고 있는 실정이다. 수요자의 요구와 공급자의 실태가 명확히 파악되지 못하고 있으며, 농산물 안전에 대한 신뢰도 부족한 면이 많다.

특히 1980년대 이후 국민소득이 향상되고 각종 공해와 환경오염이 심화됨에 따라 안전한 식품, 안전한 농산물에 대한 소비자의 요구는 증가하고 있다. 이러한 수요에 따라 환경농업을 실천하는 농가수와 생산면적도 크게 증가하여 농가수는 1989년 약 1,500호에서 1998년 13,056호로 8.7배 증가하였고, 생산면적은 1989년 617ha에서 1998년 10,718ha로 17.4배 증가하였다. 더욱이 1999년부터 환경농업지구에 직접지불제도가 실시되었고 환경농산물의 생산과 유통량이 증가하고 있다. 환경농산물은 전체 생산량의 80% 정도가 유통되고 있는 것으로 추정되고 있으며 생산자(조직)와 소비자(조직) 사이에 다양한 형태의 시장 외 유통이 주종을 이루고 있다. 그러나 환경농산물에 대한 수요와 관심의 증대에도 불구하고 생산과정상의 어려움뿐만 아니라 유통상의 문제로 인해 소비확대로 연계되지 못하고 있다. 따라서 환경농산물의 시장확대를 도모하기 위해서는 생산과 유통과정에서 나타나고 있는 문제점을 해결할 수 있는 방안이 강구되어야 한다(박현태·정은미, 2000: 88). 현재 전국에서 작은 단위이기는 하지만 이루어지고 있는 생협은 이러한 환경농업 농산물에 대한 수요자와 공급자의 연결이라는 측면과 환경농업에 대한 소비자의 인식을 파악하여 환경농업의 발전방향에 대한 하나의 시사점을 제시해 줄 수 있다.

본 연구는 생협 이용자의 환경농업에 대한 인식과 태도 분석을 통한 환경·소비자 지향형 농업의 구축방향을 모색하는 데 있다. 문헌연구를 통하여 환경농업에 대한 개념을 고찰하고, 해방이후 주요 농업정책, 환경농업육성법의 제정시기, 친환경농업정책, 환경농산물 분류를 중심으로 한국환경농업의 역사를 고찰한 후, 생협의 의의와 한국생협을 고찰하였다. 그리고 환경농업 농산물의 수요자와 공급자가 직접 만나는

생협을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 전국 9개 생협을 대상으로 비구조화된(unstructured) 설문지를 이용하였으며 설문내용은 전체 물품 구입량 중 생협 이용정도, 다른 유통기관과 비교한 생협에 대한 인식, 생협에서 물품 구입 이유, 생협이용에 대한 개선요구사항, 생협 가입 이유, 생협 참여경험과 참여희망활동, 생협의 역할 수행에 대한 인식, 조합원들간의 공동체 의식으로 구성되어 있다. 이를 통하여 생협에 대한 수요자들의 태도와 요구사항을 기초로 생협의 발전방향을 모색하였다.

2. 연구의 방법

이 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구를 통하여 환경농업에 대한 개념을 고찰하고, 해방이후 주요 농업정책, 환경농업육성법의 제정시기, 친환경농업정책, 환경농산물 분류를 중심으로 한국환경농업의 역사를 고찰한 후, 생협의 의의와 한국생협을 간단히 살펴보았다. 그리고 활동이 활발하게 이루어지고 있는 전국 9개 생협을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사에는 비구조화된 설문지를 이용하였으며 설문내용은 전체 물품구입량 중 생협이용정도, 다른 유통기관과 비교하여 생협에 대한 인식, 생협에서 물품 구입 이유, 생협이용에 대한 개선요구사항, 생협 가입이유, 생협 참여경험과 참여희망활동, 생협의 역할수행에 대한 인식으로 구성되어 있다. 비구조화된 설문지에 의하여 수집된 자료를 연구자들이 범주화하여 양적자료로 전환한 후, Window 용 SPSS 10프로그램을 이용하여 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 환경농업

우리나라에서는 환경보전형농업정책을 주도하는 환경농업과가 1995년 농림부에 신설되었고, 1998년을 친환경농업의 원년으로 선포하였

다. 환경보전형 농업에 대한 지원과 투자를 늘리기 시작하면서 외국 환경보전형 농업정책에 대한 지원과 투자를 늘리기 시작하면서 외국 환경보전형 농업정책에 대한 연구 분석이 이루어졌으며, 우리나라 농업환경에서 이의 토착화를 위한 방법이 다각도로 진행되었다. 처음에는 저투입농업, 유기농업, 자연농업 등과 비슷한 개념으로 혼용되어 사용하기도 하였으나, 1997년 환경농업육성법이 제정되면서 이 개념이 정리되었다(김기혁, 1999: 37). 환경농업육성법에 정의되어 있는 환경농업의 정의는 아래와 같다.

“농약의 안전사용 준수, 작물별 시비기준량 준수, 적절한 가축사료 첨가제 사용 등 화학자재 사용을 적정수준으로 유지하고 축산분뇨의 적절한 처리 및 재활용 등을 통하여 환경을 보전하고 안전한 농축임산물을 생산하는 농업”. (환경농업육성법 제2조)

2. 한국환경농업의 역사

해방이후 한국의 농업정책은 1953년부터 1990년대초까지 주로 증산에 초점을 맞추어 왔다. 그러다가 1993년부터 환경농업에 대한 제도적 접근이 시작되었으며, 1998년에 이르러 본격적인 친환경농업을 추진하기 시작하였다. 한국의 해방이후 주요 농업정책을 나타내면 <표 1> 과 같다.

또 「환경농업육성법」의 제정시기를 보면

<표 1> 해방이후 주요 농업정책

| 연도 | 정책 및 전환점 |
|------|---------------------------|
| 1953 | 제1차 농업증산계획 |
| 1955 | 한·미간 잉여농산물 도입협정 체결 |
| 1962 | 제3차 농업증산계획 수립 |
| 1965 | 식량증산 7개년 계획 수립 |
| 1969 | 고미가정책(이중맥가제 병행) |
| 1971 | 농업기계화 5개년계획 수립 |
| 1977 | 쌀·보리 자급 달성 |
| 1986 | 농지 임대차 합법화 |
| 1990 | 농어촌발전특별조치법 제정 |
| 1992 | 통일계벼 수매 중단 |
| 1993 | UR협상 타결: 쌀 수입 개방, 10년간 유보 |
| 1994 | 농어촌발전대책 추진 |
| 1998 | 친환경농업 원년 선포 |

출처: www.maf.go.kr

<표 2>와 같다. 환경농업육성법의 제정은 1993년 이후 주로 나타나는데 이는 <표 1>의 1992년 통일계벼 수매 중단에서 알 수 있듯이 농산물 특히 쌀의 공급과잉을 해소하기 위한 하나의 방법으로써 환경농업이 대두되었음을 알 수 있다.

우리나라 환경농업정책은 일반적으로 보상정책, 장려정책, 규제정책의 세 유형으로 구분된

<표 2> 환경농업육성법의 제정시기

| 제정시기 | 내 용 |
|------------|--|
| 1993.12 | 「농수산물 가공산업 육성 및 품질관리에 관한 법률」 제정 시행규칙 제32조 제7조의 규정에 의해, “특산물의 품질인증 항목 중 생산조건에 대한 구분과 그 인증기준”을 국립농산물 검사소장이 설정하도록 하여, 유기농산물에 대한 품질인증제도를 부분적으로 도입 |
| 1997. 3. 7 | 위 법률에 의거하여 유기농산물의 표시제도 도입 |
| 1997.12.13 | 「환경농업육성법」 제정 |
| 1998.12.14 | 시행령 등 하위법규가 정비되어 시행 |

출처: 유진채, 1999, p. 30을 참고하여 작성.

다. 보상정책은 농민이 환경친화적인 영농을 함으로서 관행 영농에 비해 수익 감소가 발생할 경우 그 손실액에 대하여 정부가 보상하는 정책이다. 장려정책은 국가가 원하는 환경친화적 영농을 할 경우 장려금을 추가로 지급하는 방법이며, 규제정책은 특정 영농방법을 강제적으로 규제하는 것으로 이를 지키지 않으면 다른 지원금을 받을 수 있는 자격을 박탈당하기도 한다. 정책의 초기단계에서는 장려정책이 나타나며, 이후 보상정책으로 이어진다. 규제정책은 환경보전에 대한 사회적 공감대가 형성되어 있을 때 실시된다(김기혁, 1999: 41). 특히 WTO에서는 국내보조를 생산과의 연계성 여부에 따라 청색조항(blue box)과 녹색조항(green box)으로 나눈다. 청색조항은 생산과의 연계되지만 생산 제한을 조건으로 허용되는 직접지불제도를 말하며, 녹색조항은 생산과 연계되지 않는 직접지불로서 생산중립적 소득보조, 재해보상 지원, 이탈농 지원, 조건불리지역 지원, 그리고 환경

농업 지원이 해당된다(사공 용, 2002; 임형백, 2002). 따라서 환경농업은 WTO의 제약을 피해 농업을 지원할 수 있는 방안의 하나이기도 하다. 우리나라의 환경농업정책을 간단히 나타내면 <표 3>과 같다.

한국에서 직접지불제는 1999년부터 실시되었는데 이 사업의 1단계 내용은 특·광역시를 제외하고 상수원 보호구역, 자연공원지역 및 팔당·대청 한강수계 특별대책지역 등의 환경 규제 지역에서 작목반을 구성하는 농업인이 환경농업실천 기준 이상으로 환경농업을 이행하는 농민에게 소득 감소분에 대한 보상금을 지원해주는 정책이다(김기혁, 1999: 43). 그러나 환경농업에 대하여는 직접지불제 만으로는 충분하지 않다. 환경농업을 실시하는 농민에게 소득 감소분에 대하여 보상금을 지원해 주는 방법은 정부의 재정부담을 가져오며 환경농업 실시 농민의 증가에 따라 이러한 재정부담은 가중되는 상황이 발생한다. 따라서 보다 근원적으로는 환

<표 3> 우리나라 환경농업정책(1998)

| 구 분 | 사 업 | 사업내용 및 목표 |
|-------------|---------------|-------------------------------|
| 친환경농업 | 직접지불제 추진 | 친환경농업 영농가 소득 지원 |
| 오염원 감축 | 농약사용 감축 | 적기 방제 및 미생물농약, 저독성농약 개발 |
| | 화학비료 사용량 감축 | 환경친화적인 비료 개발 및 공급량 확대 |
| | 축산분뇨 자원화 | 축산분뇨를 유기질 비료로 전환 지원 |
| | 폐영농자재 환경오염방지 | 폐영농자재(농약빈병 및 폐비닐) 수거 |
| | 남은 음식물 사료화 추진 | 부존자원의 재활용 |
| 농업환경 유지·개량 | 흙과 물살리기 운동 | 토양·수질오염 방지, 안전농산물 생산기반 확충 |
| | 푸른들 가꾸기 | 사료·녹지작물 재배 확대, 퇴비증산 |
| | 생명의 숲가꾸기 | 삼림의 공익적 기능 증대(IMF실업자 고용기회 제공) |
| | 영산강 개발계획 조정 | 갯벌 습지의 보호 |
| 친환경농업 육성 지원 | 환경농업 실천농가 지원 | 중소농 고품질 농산물 생산 지원 |
| | 환경민간지역 지원 | 상수원 보호구역 환경오염원 감소 |
| | 환경농산물 유통 활성화 | 전문 판매장 및 농산물 표시제, 품질인증 확대 |
| | 환경농업 기술개발사업 | 오리농법 기술 확산, 자재 개발 |
| | 환경농업 교육사업 | 환경농업 홍보 |

출처: 농림부, 1998.

<표 4>

환경농산물의 분류

| 환경농업육성법(1997) | | 농수산물품질관리법(1992) | |
|---------------|----------|-----------------|----------|
| 종 류 | 신 고 대 상 | 종 류 | 인 증 대 상 |
| 유기농산물 | 유기농산물 | 유기재배농산물 | 유기재배농산물 |
| 전환기유기농산물 | 전환기유기농산물 | - | - |
| 무농약농산물 | 무농약농산물 | 무농약재배농산물 | 무농약재배농산물 |
| 저농약농산물 | 저농약농산물 | 저농약재배농산물 | 저농약재배농산물 |
| 일반환경농산물 | - | 일반재배농산물 | - |

출처: 박현태·정은미, 2000, p. 90.

경농업을 통하여 생산된 농산물에 대하여 엄격한 품질관리와 가격차별화를 통한 소득보전이 필요하다. 생활수준이 높아지고 건강에 대한 관심이 지속적으로 증대하고 있는 현실을 감안할 때 정부의 보상금이 아닌 엄격한 품질관리와 가격차별화를 통한 소득보전도 궁극적으로는 가능하리라고 본다. 또 현재 이루어지고 있는 생협의 활성화를 통한 환경농업농가와 소비자의 직거래와 정부의 엄격한 기준설정과 지속적인 관리가 역할을 할 수도 있다.

환경농산물은 「환경농업육성법」 상에 유기농산물 등 5종으로 분류하고 있으며 환경농산물로 판매할 때는 일반농산물을 제외한 4종에 대해 표시신고를 의무화하고 있다. 또한 정부는 환경농산물 표시신고제 외에 「농수산물품질관리법」에 의거하여 품질인증제를 별도로 운영하고 있다(박현태·정은미, 2000: 89). 환경농산물의 분류를 나타내면 <표 4>와 같다.

3. 생협의 의의와 한국의 생협

현대 사회에서 생산력에 대비되는 소비의 힘이 사회 변화과정에 점점 큰 세력으로 등장한다는 점과 환경운동은 기본적으로 삶의 현장정치가 되어야 한다(권태준, 1991: 354-355). 이러한 관점에서 볼 때 생협운동은 대자본에 좌우되는 현대 대량 생산체제의 모순점이나 문제를

생활자 스스로가 참여하며 변혁시켜 가려는 새로운 대안추구형 사회운동이다(김대희·김성수, 1999: 77).

생협운동의 특질은 특정 이데올로기와 조직에의 헌신으로서의 운동이 아니라, 일상생활 수준에서 일상생활의 생활자원을 매개로 타자와 여러 가지 방법으로 커뮤니케이션 하는 가운데 여러 가지 문제에 부딪치고, 그 문제에 대처하는 과정에서 자기 정체감과 자기표출을 한다는 점에서 새로운 사회운동이라 할 수 있다. 이와 관련하여 한국여성개발원(1993)에서는 생활공동체 생협운동을 회원 및 조합원의 자발적 참여와 자원활동을 강조하는 새로운 협동조합운동이고, 그 이념이나 사업내용이 소비자운동뿐만 아니라 환경운동과 생명운동을 포괄하는 광범위한 사회운동으로 특징지우고 있다.

소비 생활자들이 협동을 통하여 생활문제를 주체적으로 해결해 나가고자 하는 자발적 결사체(voluntary association)로서 생협운동은 생활에 뿌리를 내리면서 현대 산업사회 체제에 대한 문제의식을 넓히며, 자발적으로 참여하고 타자와 연대하며, 공동 주관화된 사회변혁의 프로그램을 형성하여 운동을 전개하는 것에서 다른 사회운동과는 다른 특징을 가지고 있다(한상민, 1995).

생협과 생산자 조직간의 연계활동은 생협과 생산자조직간의 상호실익성(reciprocity)과 연대

감을 조성하는 생협운동의 핵심영역이라 할 수 있다. 소비자 조합원들에게는 안전한 먹거리의 공급과 사회 및 환경운동, 여가 및 자녀교육의 장이 되고 있으며, 생산자 단체들에게는 생산물의 안정적인 판로확보와 문화활동의 장, 그리고 안전한 농산물의 생산을 통한 도시소비자들과의 신뢰감 회복이 증진되는 효과가 있다. 생협과 생산자와의 연계활동 중 중요한 부분인 유기농산물 직거래는 기존 유통조직과 기능에 인간이 지배되는 현상을 고쳐 나가자는 것이며, 소비를 전제로 한 합리적 생산활동을 형성하는 것이다. 생산과 소비과정에서 인간적인 접촉과 상호이해를 통해 현대 유통구조와 기능상의 모순을 시정하고 이러한 과정을 통해 도매시장 기능 공정화와 민주적 운영이 정착될 수 있게 자극을 가하는 것이다(정은미, 1995: 15).

산업혁명 이후 시대와 상황의 변화에 대응하며 문제해결의 대안으로 존속해온 협동조합운동은 운동의 본질이 왜곡됨으로 인해 협동조합운동의 근원인 구미에서 퇴조해가고 있다. 이에 반해 일본의 한 주부로부터 시작되어 생활주변의 문제들을 이웃과 함께 해결하고자 하는 생활협동조합운동(생협)은 새로운 대안으로 떠오르고 있다. 한국도 1979년 강원도 평창신리 생협으로부터 생협의 역사가 시작되어 오늘에 이르렀다. 생협은 현재 생활물자 공동구입·공급생협, 의료생협, 육아생협, 공동이용시설조합 등 다양한 종류가 존재하고 있다(이필석, 1998).

일본에서는 관료적 조직 형태의 조합외에도 현대 자본주의가 지향하는 경제적 가치관에 대응하며 자연에 대한 인간의 수탈에 대한 반성의 운동으로 풀뿌리 민주주의, 유기농업운동, 환경운동, 여성운동, 지역자치운동, 생활공동체운동, 생산자와 소비자간의 유통과정 직거래화 등의 성격을 가진 민간자치적이고 시민운동적이며 복지프로그램 성격이 생활협동조합운동이 전개되어 꽃을 피우고 있다. 또, 일본의 생협은 1948년에 이미 '소비자 생활협동조합법'이 제정되어 생협운동의 법제적 기반을 확보하였고 정부는 후생성으로 하여금 생협운동을 관할하게

하므로서 복지적 각도에서 생협운동을 인식하고 있다.

그러나 한국에서도 구미와 마찬가지로 협동조합운동은 그 역사도 일천하고 또 관에 의해 주도됨으로서 그 본래적 의미가 약화되었으며 국민들에게 운동적으로 큰 의미가 없는 관료적 조직으로 인식되어 왔다. 그러나 1980년대에 들어 민간자발적인 소비자 생협이 시작되어 1987년에는 생활협동조합중앙회가 재정부의 인가를 받고 전국을 조직적으로 연계하고 조정하는 역할을 하면서 생협운동의 활성화를 위해 활동중이다. 1998년 12월에는 「생협법」이 제정되었고 1999년 8월에 시행되었다. 그러나 아직 한국의 생협은 시작단계에 불과하며, 조합수도 70여개, 조합원수 약 7만명, 직원총수 300여명 정도이며, 사회적 지명도도 낮은 수준이다.

한국의 경우 현재와 같은 생협운동은 생산 및 생활자재 공급보다도 환경농업 생산물 구입에 치중되어 있다. 이는 소득수준 향상과 건강에 대한 관심이 증대되고 농산물 수입개방이 본격화되면서 소비자들이 안전한 농산물을 구입하려는 경향이 증대된데 기인한다. 생산자에게는 경쟁력있는 재배품목으로 유기농산물이 각광받게 되었고, 소비자의 소비패턴의 변화가 뒤따르면서 기존 유통체계의 약자였던 생산자와 소비자가 각각의 조직을 형성하여 산지 직거래로 농산물을 생산·소비하는 패턴으로 나타났다. 생협운동은 대자본에 좌우되는 현대 대량 생산체제의 모순점이나 문제를 생활자 스스로가 참여하며 변혁시켜 가려는 새로운 대안추구형 사회운동이다. 생협운동을 통한 공동체 형성은 한국에서는 1980년대 중반 이후 시작된 유기농산물 직거래 활동을 통하여 그 동안 단절되었던 이웃과의 나눔의 생활을 실천하고, 생산자 농민을 지원하며, 우리 사회에 공동체 의식을 확산시키면서 환경보전을 위한 다양한 활동을 전개하고 있다. 그러나 아직 한국의 생협은 아직까지는 역사도 짧고 특히 사회운동 단계로는 진입하지 못하고 있다.

Ⅲ. 연구의 결과 및 해석

조사는 전국의 9개생협을 대상으로 실시하였다. 각 생협별로 비구조화된 설문지를 이용하여 20부씩 설문지를 배포하여 회수된 설문지 중 응답자의 실수와 기타 이유로 인하여 분석에 적합하지 않다고 판단되는 설문지를 제외하고 85매를 분석에 이용하였다. 조사에 이용된 생협과 분석대상자수는 <표 5>와 같다.

<표 5> 조사대상 생협과 분석대상자 수(명)

| 조사대상 생협 | 소재지 | 분석대상자수(명) |
|------------|---------|-----------|
| 광명 YMCA 생협 | 경기도 광명 | 9 |
| 부천 YMCA 생협 | 경기도 부천 | 8 |
| 고양두레 생협 | 경기도 고양 | 7 |
| 안양 YMCA 생협 | 경기도 안양 | 9 |
| 푸른 생협 | 인천시 연수구 | 10 |
| 땅모임 생협 | 서울시 관악구 | 10 |
| 주민 생협 | 경기도 성남 | 10 |
| 한누리 생협 | 서울시 양천구 | 12 |
| 참좋은 생협 | 인천시 계양구 | 10 |

분석대상자의 일반적 특징은 <표 6>과 같다.

분석대상자의 일반적 특징을 살펴보면, 여자가 77.6%로 생협이용자의 다수를 차지하고 있다. 이는 여자가 가사노동과 관련이 많고 물품도 구매하기 때문인 것으로 해석된다. 그렇지만 이용자 중 남자의 비율이 적다는 것은 아직까지는 생협이 물품구매에 치중하고 기타 영역으로 확장되지 못한 것으로도 해석할 수 있다. 연령면에서는 30대와 40대가 주 이용층인 것으로 나타나 젊은 층이 건강에 대하여 깊은 관심을 가질 뿐 만 아니라, 적극적으로 이를 추구하는 것으로 해석할 수 있다. 또 대도시와 학력이 높은 층, 그리고 소득이 높은 층이 주 이용자로 나타나 경제적으로 여유있는 고학력의 도시거

<표 6> 분석대상자의 일반적 특징

| 일반적 특징 | 구분 | 빈도 | % |
|----------|--------------------|----|------|
| 성별 | 무응답 | 6 | 7.1 |
| | 남 | 13 | 15.3 |
| | 녀 | 66 | 77.6 |
| 연령 | 무응답 | 3 | 3.5 |
| | 20대 | 4 | 4.8 |
| | 30대 | 34 | 40.1 |
| | 40대 | 36 | 42.2 |
| | 50대 | 7 | 8.2 |
| | 60대 이상 | 1 | 1.2 |
| 주성장지 | 농·어촌 | 24 | 28.3 |
| | 중·소도시 | 16 | 18.8 |
| 직업 | 대도시 | 45 | 53 |
| | 전업주부 | 54 | 63.6 |
| 학력 | 직장인 | 31 | 36.5 |
| | 무응답 | 3 | 3.5 |
| | 국졸 | 2 | 2.4 |
| | 중졸 | 1 | 1.2 |
| | 고졸 | 24 | 28.2 |
| | 전문대졸 | 5 | 5.9 |
| 가족수 | 대학교졸 | 45 | 52.9 |
| | 대학원졸 | 5 | 5.9 |
| | 무응답 | 3 | 3.5 |
| | 1-2인 | 11 | 12.9 |
| | 3-4인 | 53 | 62.4 |
| | 5-6인 | 14 | 16.5 |
| 월평균수입 | 7인 이상 | 4 | 4.8 |
| | 무응답 | 3 | 3.5 |
| | 100만원 이하 | 4 | 4.7 |
| | 101~150만원 | 7 | 8.2 |
| | 151~200만원 | 11 | 12.9 |
| | 201~250만원 | 8 | 9.4 |
| 생협가입기간 | 251~300만원 | 17 | 20 |
| | 301만원 이상 | 35 | 41.2 |
| | 무응답 | 4 | 4.7 |
| | 6개월 미만 | 5 | 5.9 |
| | 6개월~1년 미만 | 10 | 11.8 |
| | 1년~1년6개월 미만 | 5 | 5.9 |
| 생협지위 | 1년 6개월~2년 | 6 | 7.1 |
| | 2년 이상 | 55 | 64.7 |
| | 무응답 | 3 | 3.5 |
| | 조합원, 회원 | 43 | 50.6 |
| | 반(공동체)대표 | 4 | 4.7 |
| | 각종 위원회(물품, 홍보 등)위원 | 4 | 4.7 |
| 생협물품구매방법 | 조합이사 등 위원 | 31 | 36.5 |
| | 무응답 | 4 | 4.7 |
| | 개인주문 | 56 | 65.9 |
| | 공동주문 | 25 | 29.4 |

주자가 주 이용자인 것을 알 수 있다. 반면 이용자의 대부분이 회원이면서도 주로 개인주문에 의존하고 있어 이 역시 생협의 활동영역이 아직까지는 협소하고 건강 등 개인적인 관심수준에 머물고 있음을 나타낸다.

전체 물품구입량 중 생협 이용정도를 나타내면 <표 7> 과 같다.

전체 물품구입량 중 생협 이용정도를 살펴보면 가장 이용정도가 낮은 생활용품에서도 대부분 혹은 전부를 구입하는 비율이 51%로 나타나 생협이용정도는 아주 높은 것으로 나타났다. 그

러나 구매용품의 대부분이 식료품에 집중되어 있어 주로 건강에 대한 관심으로 생협을 이용하고 있음을 알 수 있다.

이용자들이 다른 유통기관과 비교할 때 생협에 대하여 가지고 있는 인식을 나타내면 <표 8>과 같다.

다른 유통기관과 비교한 생협에 대한 인식을 살펴보면, 모든 면에서 이용자들이 생협에 대하여 만족하고 있는 것으로 나타났다. 이는 이용자의 대부분이 회원이거나 생협에서 역할을 맡고 있어 소속감이 강하기 때문인 것으로 해석

<표 7> 전체 물품구입량 중 생협 이용정도

| 구 입 상 품 | 주곡류 | | 잡곡류 | | 과일류 | | 채소류 | | 수산물 | | 가공식품 | | 장 류 | | 축산물 | | 생활용품 | |
|--------------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|------|------|-----|------|-----|------|------|------|
| | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % |
| 무응답 | 4 | 4.7 | 4 | 4.7 | 3 | 3.5 | 4 | 4.7 | 3 | 3.5 | 3 | 3.5 | 4 | 4.7 | 2 | 2.4 | 4 | 4.7 |
| 전혀 구입하지 않는다 | 7 | 8.2 | 5 | 5.9 | 1 | 1.2 | 2 | 2.4 | 2 | 2.4 | 2 | 2.4 | 8 | 9.4 | 2 | 3.5 | 8 | 9.4 |
| 대체로 구입하지 않는다 | 8 | 9.4 | 7 | 8.2 | 6 | 7.1 | 2 | 2.4 | 5 | 5.9 | 1 | 1.2 | 12 | 14.1 | 3 | 3.5 | 11 | 12.9 |
| 거의 절반정도 구입한다 | 10 | 11.8 | 12 | 14.1 | 20 | 23.5 | 13 | 15.3 | 13 | 15.3 | 14 | 16.5 | 16 | 18.8 | 11 | 12.9 | 18 | 21.2 |
| 대부분 구입한다 | 23 | 27.1 | 23 | 27.1 | 28 | 32.9 | 25 | 29.4 | 26 | 30.6 | 29 | 34.1 | 23 | 27.1 | 29 | 34.1 | 21 | 24.7 |
| 전부 구입한다 | 33 | 38.8 | 34 | 40 | 27 | 31.8 | 39 | 45.9 | 36 | 42.4 | 36 | 42.4 | 22 | 25.9 | 38 | 44.7 | 23 | 27.1 |
| 전체 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 |

<표 8> 다른 유통기관과 비교한 생협에 대한 인식

| | 제품의 가격 경쟁력 | | 제품의 질 | | 제 품 의 신뢰성 | | 직 원 친 절 | | 구 입 의 편의성 | | 생활정보 제공 | | 건의사항 개선 | |
|------------|------------|------|-------|------|-----------|------|---------|------|-----------|------|---------|------|---------|------|
| | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % |
| 무응답 | 1 | 1.2 | 3 | 3.5 | 3 | 3.5 | 2 | 2.4 | 3 | 3.5 | 2 | 2.4 | 3 | 3.5 |
| 전혀 그렇지 않다 | 6 | 7.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1.2 | 0 | 0 | 1 | 1.2 |
| 대체로 그렇지 않다 | 17 | 20.0 | 1 | 1.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17 | 20.0 | 5 | 5.9 | 6 | 7.1 |
| 그저 그렇다 | 19 | 22.4 | 14 | 16.5 | 2 | 2.4 | 12 | 14.1 | 22 | 25.9 | 30 | 35.3 | 25 | 29.4 |
| 대체로 그렇다 | 27 | 31.8 | 46 | 54.1 | 37 | 43.5 | 40 | 47.1 | 36 | 42.4 | 38 | 44.7 | 42 | 49.4 |
| 아주 그렇다 | 15 | 17.6 | 20 | 23.5 | 43 | 50.6 | 30 | 35.3 | 6 | 7.1 | 10 | 11.8 | 8 | 9.4 |
| 전체 | 85 | 100 | 84 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 |

할 수 있다. 또 제품이 다른 유통기관의 제품에 비하여 고가임에도 불구하고 가격경쟁력이 있다고 생각하는 이용자가 많은 것으로 나타나, 가격보다는 제품의 질을 중요시하고 있음을 알 수 있다.

생협에서의 물품구매이유를 나타내면 <표 9>와 같다.

생협에서의 물품구매 이유를 보면 가족건강이 76.5%로 나타나 건강에 대한 관심이 생협이용의 가장 큰 이유임을 알 수 있다. 또 환경보호와 농촌보호도 생협이용의 큰 이유로 나타났다. 그러나 이용자들 자신의 활동이 사회운동이

라고 생각하는 빈도는 높지 않아, 생협에 대하여 사회적 관심보다는 개인적 관심에서 접근하고 있음을 알 수 있다. 이는 생협운동이 사회운동으로 시작되었음에도 불구하고 아직 한국에서는 이 단계로 나아가지 못하고 있음을 나타낸다.

생협이용에 대한 개선요구사항을 나타내면 <표 10>과 같다.

생협에 대한 개선요구사항을 보면 정시구입이 어렵다는 요구가 42.4%로 나타났고, 그 이외에도 적은 제품종류(16.5%), 일정하지 않은 질과 신선도(11.8%), 배달착오(10.6%)도 높은 비율

<표 9> 생협에서의 물품구매 이유

| | 가족건강 | | 환경보호 | | 농촌보호 | | 사회운동 | | 기 타 | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|
| | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % |
| 무응답 | 3 | 3.5 | 5 | 5.9 | 7 | 8.2 | 5 | 5.9 | 59 | 69.4 |
| 1 순위 | 65 | 76.5 | 9 | 10.6 | 4 | 4.7 | 5 | 5.9 | 0 | 0 |
| 2 순위 | 4 | 4.7 | 46 | 54.1 | 22 | 25.9 | 8 | 9.4 | 0 | 0 |
| 3 순위 | 4 | 4.7 | 21 | 24.7 | 42 | 49.4 | 13 | 15.3 | 0 | 0 |
| 4 순위 | 9 | 10.6 | 4 | 4.7 | 10 | 11.8 | 54 | 63.5 | 0 | 0 |
| 5 순위 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26 | 30.6 |
| 전 체 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 |

<표 10> 생협이용에 대한 개선요구사항

| | 1 순 위 | | 2 순 위 | | 3 순 위 | |
|---------------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | 빈 도 | % | 빈 도 | % | 빈 도 | % |
| 무응답 | 8 | 9.4 | 8 | 9.4 | 15 | 17.6 |
| 공급주기가 길어 정시구입이 어렵다 | 36 | 42.4 | 6 | 7.1 | 12 | 14.1 |
| 물품의 종류가 너무 적다 | 14 | 16.5 | 11 | 12.9 | 8 | 9.4 |
| 물품의 질과 신선도가 일정하지 않다 | 10 | 11.8 | 16 | 18.8 | 4 | 4.7 |
| 가격이 비싸다 | 5 | 5.9 | 11 | 12.9 | 14 | 16.5 |
| 신청한 물건이 안오는 경우가 많다 | 9 | 10.6 | 25 | 29.4 | 11 | 12.9 |
| 배달시간이 일정하지 않다 | 3 | 3.5 | 6 | 7.1 | 13 | 15.3 |
| 교환이 어렵다 | 0 | 0 | 2 | 2.4 | 8 | 9.4 |
| | 85 | 100 | 85 | 100 | 85 | 100 |

을 보여 생협의 제품이 공급이 양적으로나 질적으로나 수요를 따라가지 못하고 있는 것으로 나타났다. 특히 공급의 부족으로 인한 정시구입은 어쩔 수 없다고 하더라도, 배달착오와 제품의 질과 신선도 유지는 현 상황하에서도 개선이 가능한 부분이다. 특히 제품의 질과 신선도를 유지하는 것은 제품에 대한 신뢰성 확보라는 면에서 중요하다.

생협 가입이유를 나타내면 <표 11>과 같다.

<표 11> 생협 가입이유

| | 빈도 | % |
|--------------------|----|------|
| 무응답 | 3 | 3.5 |
| 친지나 이웃의 권유 | 24 | 28.2 |
| 생협 직원의 권유 | 10 | 11.8 |
| 소속단체의 활동을 해왔으므로 | 11 | 12.9 |
| 생협의 이념에 동조하여 자발적으로 | 26 | 30.6 |
| 친목 및 사회활동의 계기 | 2 | 2.4 |
| TV, 홍보물을 보고 | 1 | 1.2 |
| 기타 | 8 | 9.4 |
| | 85 | 100 |

생협 가입이유를 보면 생협의 이념에 동조하여 자발적으로 참여한 경우가 30.6%로 나타났다. 이를 통하여 이용자의 대부분이 조합원인 것도 설명이 가능하다. 반면 친지나 이웃의 권

유로 가입한 경우가 28.2%로 두 번째로 큰 비중을 나타내 생협이 아직은 소수의 이용자들을 중심으로 한 근린집단적 성격을 가지고 있는 것으로 볼 수 있다.

생협 참여경험과 참여희망활동을 나타내면 <표 12>와 같다.

생협의 참여경험을 보면 전반적으로 모든 면에서 고루 활동이 이루어지고 있는 것으로 나타났다으며 그 중 생산지 견학이 71.8%로 가장 높게 나타났다. 참여희망활동에서도 생산지 견학이 60%로 가장 높게 나타났는데 이것은 생협 이용의 가장 큰 이유가 건강에 대한 관심인 것을 볼 때 현장확인을 통하여 제품에 대한 신뢰성을 확인하려는 것으로 해석할 수 있다. 또 참여경험 중 문화활동이 35.5%로 가장 낮게 나타난 반면 문화활동에 대한 요구는 50.6%로 현장 견학 다음으로 높게 나타났다. 생협운동이 사회운동적 성격을 가지고 출발하였고 문화활동에 대한 수요가 높은 것으로 볼 때 앞으로 생협에서 물품구입 이외에 이 부분에 대한 프로그램 개발이 요구된다.

생협의 역할수행에 대한 인식을 나타내면 <표 13>과 같다.

생협의 역할수행에 대하여는 대체로 긍정적인 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 이웃과의 공동체 형성이나 지역사회 발전에 대한 기여에 관하여는 생협이 큰 역할을 하지 않는 것으로 인식하고 있어, 이는 생협이용자의

<표 12> 생협 참여경험과 참여희망활동

| | 참 여 경 험 | | 참 여 희 망 활 동 | |
|----------|---------|------|-------------|------|
| | 빈 도 | % | 빈 도 | % |
| 조합원 총회 | 55 | 64.7 | 24 | 28.2 |
| 교육 활동 | 56 | 65.9 | 35 | 41.2 |
| 생산지 견학 | 61 | 71.8 | 51 | 60 |
| 반 모임 | 38 | 44.7 | 33 | 38.8 |
| 문화 활동 | 30 | 35.3 | 43 | 50.6 |
| 전문위원회 활동 | 30 | 35.3 | 26 | 30.6 |

<표 13>

생협의 역할수행에 대한 인식

| | 전혀 그렇지 않다 | | 대체로 그렇지 않다 | | 그저 그렇다 | | 대체로 그렇다 | | 아주 그렇다 | |
|--------------------|-----------|-----|------------|-----|--------|------|---------|------|--------|------|
| | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % | 빈도 | % |
| 건전하고 합리적인 소비 생활 유도 | 4 | 4.7 | 1 | 1.2 | 12 | 14.1 | 51 | 60 | 17 | 20 |
| 농수산물의 유통구조개선 | 6 | 7.1 | 2 | 2.4 | 20 | 23.5 | 39 | 45.9 | 18 | 21.2 |
| 환경보호 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | 10.6 | 42 | 49.4 | 30 | 35.3 |
| 이웃과의 공동체 형성 | 5 | 5.9 | 2 | 2.4 | 26 | 30.6 | 34 | 40 | 18 | 21.2 |
| 지역사회발전에 기여 | 1 | 1.2 | 2 | 2.4 | 33 | 38.8 | 36 | 42.4 | 13 | 15.3 |
| 유기농산물 생산자에 대한 지원 | 0 | 0 | 6 | 7.0 | 14 | 16.5 | 42 | 49.4 | 23 | 27.1 |

대부분이 이념에 동조하여 참여한 자발적 회원임에도 불구하고 실제로는 개인과 가족의 건강에 대한 관심으로 활동을 영위하고 있기 때문인 것으로 파악된다.

IV. 결 론

연구 결과 나타난 생협 이용자의 특징을 살펴보면, 생협의 이념에 동조하여 자발적으로 참여하여 회원이 된 경우가 대부분이었다. 또 상대적으로 교육수준이 높고 경제적으로 여유가 있는 경우가 많았다. 이는 앞으로도 지속적인 소득상승과 건강에 대한 관심이 증가할 것으로 예측할 때 환경농업생산물에 대한 지속적인 수요상승이 있을 것으로 예측할 수 있다.

그러나 생협제품의 질과 신선도에 대한 불만도 제기되어 이 부분에 대한 시정도 요구된다. 비가격경쟁력의 대표적인 형태는 질의 경쟁력이며 차별화의 원리가 기본 이론이고 상품화의 전략이 중심 개념이다. 또 제품의 종류가 부족한 것도 앞으로 시정되어야 할 사항이다. 소비자 기호의 변화와 개성있는 소비자들의 농산물에 대한 다양한 선호는 시장개척의 전제이다. 비가격적 경쟁력은 다양한 소비자의 기호를 전제로 하기 때문에 생산부문보다는 소비부문에

대한 정보가 중요하다. 양보다는 질을 그리고 확실적인 것보다는 다양성을 추구하는 소비자 기호에 대한 구체적인 정보가 필요하다. 따라서 단순히 수요에 따라 공급을 할 것이 아니라 소비자가 원하는 상품개발, 시장개척, 상품의 특성을 살리는 광고, 선전 등이 필수적이다. 여기에는 인적자본에 기초한 소프트웨어(software) 중심의 투자가 요구되며 많은 물적투자를 수반하는 것도 아니다. 이를 위해서는 수요자와 공급자의 요구를 수용하고 상호 지속적인 의사소통네트워크를 건설하여 지속적인 의사소통과 수요, 공급, 제도상의 개선을 도모하고 이를 현장에 반영할 수 있어야 한다. 농업의 구조적 측면에서 볼 때 대규모 경영이 항상 유리한 것은 아니기 때문에 기술을 갖추면서 시장변화에 적응하는 혁신적인 경영능력을 갖춘 다수의 경영체가 농업의 주체적인 역할을 담당할 수 있다면, 틈새시장 개척을 통하여 소규모 가족농의 형태로도 생존이 가능할 것이다.

또 생협 이용의 가장 큰 이유는 건강이었으며 생산지 견학 등 제품의 신뢰성에 대한 요구가 높았다. 그러나 이러한 이유로 생협 이용자의 대부분이 개인적인 물품구입에 치중하고 있는 것은 문제이다. 생협은 아직 건강에 대한 관심을 가진 개인을 중심으로 한 근린집단적 성

격을 가지고 있는 것으로 나타났으며 이를 이용하는 회원자신들도 생협에 대하여 환경이나 농촌에 대하여 도움이 될 것이라는 추상적인 인식수준에 머무는 경우가 대부분이고 사회운동의 수준으로까지는 생각하는 경우는 드물었다. 이는 차후 시정되어야 할 부분이다.

우리나라의 경우에도 지역특산물의 형태로 오래 전부터 농산물의 차별화가 이루어져 왔으나, 극히 일부 품목으로 국한되었기 때문에 전체적으로 볼 때는 그 비중이 미미한 상태이다. 그러나 1980년대 말부터 지역의 고유 이미지를 상표화하려는 경향이 뚜렷이 나타나기 시작하였다. 더구나 1992년부터 시작된 농산물의 품질인증제 실시와 더불어 농산물의 차별화에 대한 인식이 확산되고 있으며, 그 성과도 나타나고 있다. 그러나 이를 넘어서는 경쟁력을 높이기 위한 새로운 작목의 개발, 기존 농산물에 대한 차별성을 높이기 위한 상표화, 기능성과 부가가치를 높이기 위한 가공, 경영주체에 대한 기업가적 능력의 제고, 이미지가 높은 전통적 농산물의 개발 등 다양한 프로그램이 필요하다. 또 농산물 상품화, 품질 및 이미지 제고를 위한 품종 및 재배·사육법 관련 기술개발, 상표개발, 품질인증, 판매·유통과정의 차별화에 관한 정책이 필요하며, 외국산 농산물의 국산둔갑 방지, 상표보호 등에 관한 사항도 종합적으로 체계화시킬 필요가 있다. 나아가서 이와 같은 제도를 해결하기 위한 별도의 제도적 장치와 이를 통한 제품에 대한 소비자의 신뢰성 확보와 가격 차별화가 이루어져야 한다.

V. 참고 문헌

1. 권태준 외 13인, 1998, 도시·환경과 계획, 서울: 한울.
2. 김기혁, 1999, "환경보전형 농업정책의 평가

- 와 전망," 농민과 사회, 통권21호 : 34-53.
3. 김대희·김성수, 1999, "생협과 생산자 조직간의 연계 활성화 방안," 한국농촌지도학회지, 6(1):75-90.
4. 박현태·정은미, 2000, "환경농업 실천농가의 생산·유통활동 실태," 농민과 사회, 통권22호 : 88-97.
5. 사공 용, 2002, WTO 체제하에서 농업정책, 서울: 서강대학교 출판부.
6. 서종혁·김종숙, 1995, 환경보전형 농업의 기술체계와 보급방안, 서울: 한국농촌경제연구원.
7. 서종혁 외 2인, 1998, 농산물 차별화: 소비자 지향형 농업의 활로, 서울: 농민신문사.
8. 유진채, 1999, "환경보전형농업의 현황과 과제," 농민과 사회, 통권21호 : 16-33.
9. 이필석, 1998, 한국 생협운동의 활성화 방안에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
10. 임형백, 2002, "어메니티를 이용한 농촌활성화 방향," 한국농촌지도학회지, 9(2):233-245.
11. 전국귀농운동본부, 2000, 생태농업을 위한 길잡이, 서울: 들녘.
12. 정은미, 1995, 산지 생활협동조합의 유통활동 분석, 고려대학교 대학원 석사학위논문.
13. 한상민, 1995, 한국 생활협동조합운동의 실태와 발전방향, 전북대학교 대학원 석사학위논문.
14. Cook, R. I., 1992, "The Dynamic U.S. Fresh Produce Industry: An Overview," in A. A. Dader(ed.), Postharvest Technology of Horticultural Corps, Division of Agriculture and Nature Resources, University of California.
15. www.maf.go.kr
(2003년 10월 20일 접수, 심사후 수정보완)