

# 고추 재배 농가들의 품질 인식에 관한 연구

김정섭 · 황정임

\*서울대학교 농업생명과학대학

## A Study on the Quality Perceptions of Red Pepper Growers

Jeong Seop Kim · Jeong Im Hwang

College of Agriculture and Life Sciences, Seoul National University

### Summary

This article indicates that the perceptions on the quality of agro-food are socially constructed. Farmers who were producing red pepper in Eumsung county had somewhat different perceptions on the quality of red pepper according to their own marketing channels. Farmers who were selling their red pepper to consumers by direct marketing tend to think the quality attributes more important as follows; information on producers, ingredients, taste and smell, amount of pesticides input, cleaning the harvested red pepper, quality certification by public authority, and brands. Consumers tend to think safety and production area more important, while farmers tend to think the quality attributes as follows; taste, color, variety, soil environment, and largeness.

Based on these research findings, we can give some recommendations as follows; 1) the agricultural extension organization in the Eumsung county should change the strategy for local agriculture towards quality management of red peppers, and 2) the local government need to examine the feasibility of quality certifying on red pepper.

**Key Words :** Quality Perception, Red Pepper Grower, Agricultural Extension, Farmer

## I. 서 론

과거 수십 년 동안 생산성 증대를 가장 중요한 목표로 삼아 왔던 농업기술 지도 분야의 인력들은 최근 들어 농산물 품질 관리의 문제에 적절하게 대응해야 하는 상황에 직면하고 있다. 최근 수차례 발생한 식품 안전성 관련 사건들을 계기로, 농식품의 품질에 대한 소비자들의 요구가 더욱 커지고 있기 때문이다. 소비자들이 원하는 품질의 농산물을 생산하기 위해서는 특정한 기술적 선택이 불가피하다. 이제 우리나라의 농업기술 지도 요원들은 소비자의 품질 요구에 부응하는 동시에 농업인들이 수용할 가능성이 높은 기술적 선택지를 제시해야 한다. 그런데 농업기술 지도 요원이 농업인에게 일방적

으로 특정한 기술적 선택을 권장하는 것은 바람직하지 않다. 먼저, 지도활동 대상인 농업인이 해당 품목의 품질에 대해 어떤 인식을 갖고 있는지를 살펴볼 필요가 있다. 특정 상품에 따라서, 개인에 따라서, 지역이나 국가에 따라서 '품질'의 의미가 달라지기 때문이다(Bowbrick, 1992).

이 글은 품질과 관련하여 사회적 관심이 집중되고 있는 품목인 건고추에 대한 농업인들의 품질 인식을 분석하고 있다. 고추 재배 농업인들은 건고추의 품질에 대해 어떤 인식을 갖고 있는가? 농업인들의 품질 인식과 소비자들의 품질 인식에는 어떤 차이가 있는가? 또한, 서로 다른 품질 인식을 지닌 고추 재배 농업인 집단들이 존재하는가? 그렇다면 그 품질 인식의 차이는 어디에서 비롯된 것인가? 농업인들과 소

비자들 사이에서 그리고 농업인들 사이에서 품질 인식의 차이가 발견된다면, 농업기술 지도 요원들은 그 차이를 지도활동에 어떻게 반영해야 하는가?

글의 순서는 다음과 같다. 먼저 농식품의 품질 인식 문제에 대한 구성주의적 접근(constructivist approach)에 대해 고찰한다. 농산물의 품질에 대한 인식은 거래의 연결망에 편입되어 있는 판매자(농업인)와 구매자(산지 출하조직, 수집상, 직거래 소비자 등)들의 사회적 관계 속에서 상호주관적으로 구성된다는 것이 이 연구의 기본 가정이다. 두 번째로는, 고추 재배 농업인들과 건고추 소비자들의 품질 인식을 비교할 것이다. 세 번째로는, 거래 연결망 유형별로 농업인들의 품질 인식이 어떻게 다르게 나타나는지를 살펴볼 것이다. 그리고 품질 인식의 차이는 고추 재배 농업인들의 기술적 선택에도 차이를 가져오는 중요한 요인이라는 점을 보일 것이다. 마지막으로, 분석 결과들을 종합하고 고추와 관련된 농업기술 지도의 전략적 변화에 대해 제안하면서 글을 맺을 것이다.

## II. 농식품 품질에 대한 구성주의적 접근 : ‘품질은 사회적으로 구성된다’

특정 농식품의 품질은 그것을 구성하는 속성들(attributes)에 대한 여러 가지 지표들(indicators) 또는 구인들(constructs)에 의해 규정된다. 품질 지표들은 객관적인 지표와 주관적인 지표로 분류할 수 있다. 객관적인 지표들은 외부적인 검증과 통제가 가능한 속성들과 관련이 있다. 식품의약품안전청의 미생물학적 안전성 검사 기준 같은 것을 그 예로 들 수 있다. 이에 비해 주관적 지표는 해당 농식품을 직접 접하는 이해 당사자들이 경험하는 인지 과정과 관련이 있다. 꺾기의 크기 같은 것을 그 예로 들 수 있다. 소비자에 따라서 큰 꺾기의 품질이 더 좋다고 말할 수도 있고 그 반대일 수도 있다. 결국, ‘품질’ 개념을 사용하는 주체가 누구인가에 따라서

품질 개념을 구성하는 구인들이 달라질 수 있는 것이다. Bowbrick(1992)은 상품 품질을 정의하는 관점들을 ① 품질은 자명하다는 관점, ② 품질 검사자의 관점, ③ 상품 사용자의 관점, ④ 상품 구매자의 관점, ⑤ 유통자의 관점, ⑥ 생산자의 관점, ⑦ 제품 자체의 특성을 중시하는 관점, ⑧ 결합 소비(joint consumption)의 관점 등 8가지로 정리한 바 있다. 이러한 관점들 중 어떤 것을 취하는가에 따라 품질에 대한 정의가 달라진다는 그의 주장은, 결국 품질은 규정 주체의 주관성에 의존하여 정의된다는 말에 다름 아니다.

그런데 최근에는 ‘품질은 여러 가지 이유에 의해 특정한 방식으로 품질을 해석하거나 표상하거나 규제하려는 여러 행위자들의 상호작용을 통해 사회적으로 구성된다(Marsden & Arce, 1995)’는 구성주의적 관점이 제시되고 있다. ‘지역 특산품의 품질은 진정성(authenticity)이나 전통 등과 같은 사회적으로 구성되고 가치-부하된(value-laden) 개념들에 기초한 기준에 의해 평가된다’는 Ilbery와 Kneafsey(2000:1)의 주장도 구성주의적 관점에 토대를 둔 것이다. 이처럼 구성주의적 접근방법을 취하는 이들은 농식품 품질 정의(definition)의 문제를 원자화된 개인의 주관성 영역에만 두어서는 안 되며, 개인들의 사회적 행위 속에서 상호주관적으로 구성되는 담론의 영역 안에서 파악해야 한다고 주장한다 (Arce & Marsden, 1993; Battershill & Gilg, 1998; Buck, Getz & Guthman, 1998; Ilbery & Kneafsey, 1997, 1998; Marsden, Flynn & Harrison, 1997; Morris & Young, 2000; Murdoch & Miele, 1999; Ventura & van der Meulen, 1994).

구성주의적 접근방법을 받아들인다면, 뒤따라 제기할 수 있는 문제는 ‘특정 농산물의 품질에 대한 정의가 구성되는 사회적 공간은 어디인가’라는 점이다. 또는, ‘특정 농산물과 관련된 행위자들의 담론과 행위들이 조우하고 상호작용하는 사회적 공간의 특성은 어떠한가’라는 경험적 수준에서의 질문을 제기할 수도 있다. 많은 연구자들이 ‘농식품의 품질은 사회적으로 구성

된다'고 주장하고 있지만, 특정한 사회적 공간에서 이루어지는 품질 정의 과정을 경험적으로 규명한 연구는 그리 많지 않다. 그 중 눈에 띄는 것은 Ventura와 van der Meulen(1994)의 연구이다. 이 연구는 이탈리아 움브리아(Umbria) 지역의 특산물인 치아니나(Chianina) 쇠고기에 대한 품질 인식이 공급사슬 내 행위자들(생산자, 유통자, 소비자)의 거래 연결망 안에 어떻게 배태되어 있는지를 '품질의 사회적 결정 경로(Social Circuits of Quality Definition)' 개념을 통해 설명하고 있다. 단순화시켜 말하자면, 특정 품질속성을 가진 쇠고기가 유통되는 특정 거래망에서 행위자들이 공유하는 품질 인식은 다른 품질속성을 가진 쇠고기가 유통되는 거래망에서 공유되는 품질 인식과 다르다는 것이다.

지역농업계획이나 농업기술 지도의 관점에서 볼 때, 그 같은 발견은 매우 중요한 의미를 갖는다. 거래 관계 속에서 형성되는 품질 인식은 농업 생산자들에게 공유된다. 그리고 공유된 품질 인식은 농업 생산자의 기술적 선택을 좌우할 수 있다. 따라서 농업 생산자가 참여하는 거래망과 영농활동에서의 기술적 선택 사이의 상

관관계를 밝힌다면, 실천적으로도 중요한 정보를 제공하게 될 것이다.

### Ⅲ. 연구 방법 및 사례조사 지역 개황

#### 1. 자료 수집

2004년 8월 1일부터 31일까지 한 달 동안 설문조사를 진행했다. 조사 대상은 우리나라의 대표적인 건고추 주산지 중 한 곳인 충청북도 음성군의 음성읍, 금왕읍, 소이면, 원남면에 거주하는 고추 재배 농업인들이었다. 조사 지역 내 마을들을 무작위로 선정하고 농가를 직접 방문하여 설문조사를 실시했다. 이 4개 읍·면은 음성군 내 9개 읍·면 중 고추 재배 농가 수가 가장 많은 순서대로 1위부터 4위까지를 차지하고 있다. 음성군 농업기술센터의 자료에 의하면, 이 4개 읍·면의 고추 재배 농가 수 합계는 음성군 전체 고추 재배 농가 수의 58.0%에 해당된다. 조사 대상 지역의 고추 재배 면적 합계는 음성군 전체 고추 재배 면적의 60.7%를 차지한다. 총 103부의 설문지를 회수하였으며, 이 중 응답내용이 충분치 않은 설문지 9부를 제외한

〈표 1〉 Ilbery와 Kneafsey(1997)가 정리한 농식품 품질속성 구인들

| 식품 품질의 제 측면         | 설 명                                                          |
|---------------------|--------------------------------------------------------------|
| 생산 방법               | · 전통적 생산방법, 환경친화적 생산방법, 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<br>예: 외관, 신선도, 향, 조직, 느낌, 윤택            |
| 기능적 속성              | · 식품은 그것이 의도한 목적을 충족시키는가?                                    |
| 생물학적 속성             | · 식품이 소비자의 생물학적 요구에 부합하는가?<br>예: 유산균 발효유                     |

94부를 음성 지역 고추 농업 현황 분석에 사용하였다. 그리고 고추를 판매하지 않고 자가 소비 용도로만 재배하는 농업인들의 설문지 13부를 제외한 81부를 고추 재배 농가의 품질 인식 분석에 활용하였다.

## 2. 조사 도구

농업인들이 견고추의 품질속성들 중 어떤 것들을 상대적으로 더 중요하게 생각하는가를 알아보기 위해 Ilbery와 Kneafsey(1997)이 제시한 '농식품 품질속성 구인들'을 근간으로 하여 질문 문항을 구성했다.

우리나라의 맥락에서, 그것도 고추라는 특정 품목의 특성에 맞추어 질문지를 구성하기 위해 사례 지역에서 7명의 고추 재배 농업인들을 대상으로 심층면접을 수행했다. 심층면접 자료를 분석하는 과정에서 Ilbery와 Kneafsey(1997)이 제시하지는 않았지만 고추 재배 농업인들이 견고추의 품질과 관련하여 중요하게 생각하는 몇 가지 항목들을 새롭게 추출할 수 있었다. 그리고 Ilbery와 Kneafsey(1997)의 농식품 품질 구인 항목들을 더욱 구체화할 수 있었다. 그렇게 준비한 질문 문항은 모두 15개였다. 이 구인들을 경제학 분야에서 전통적으로 상품의 품질속성을 분류하는데 가장 많이 활용하는 '탐색재적 속성', '경험재적 속성', '신뢰재적 속성'의 세 범주로 나누어 볼 수 있다). 15개 구인들 중 탐

색재적 속성을 나타내는 것이 5개였으며, 경험재적 속성을 나타내는 것은 1개, 그리고 신뢰재적 속성을 나타내는 것이 9개였다(표 2).

조사 과정에서는 농업인들에게 15개 항목들을 '가장 중요한 범주', '두 번째로 중요한 범주', '세 번째로 중요한 범주' 등 세 가지 범주마다 각각 5개씩의 항목을 포함시키도록 요청하였다. 그렇게 하여 '가장 중요한 범주'에 포함된 항목에 대해서는 5점을, '두 번째로 중요한 범주'에 포함된 항목에 대해서는 3점을, '세 번째로 중요한 범주'에 포함된 항목에서는 1점을 부여하는 방식으로 자료를 수집하여 통계 분석에 활용했다.

## IV. 분석 결과

### 1. 사례 지역의 고추 농업 현황

2002년 현재 전국 고추 재배 면적은 약 8만 6,747ha에 이른다. 그 중 충청북도 음성군의 고추 재배 면적은 1,103ha로 전국 재배 면적의 1.27%를 차지하고 있다. 재배면적을 기준으로 한 지역별 순위를 살펴보면, 음성군은 전국 165개 시·군 중에서 18위를 차지하고 있다. 특화계수(Location Quotient)는 1.51로서 그 순위는 26위이다. 그리고 음성군은 우리나라 농촌 지역의 일반적인 재래시장과는 달리 견고추만 거래하는 5일장이 서는 몇 안 되는 지역 중 하나이다. 조사된 음성 지역 고추 재배 농가 94호의 평균 총 경지면적은 약 1.8ha였는데, 이 농가들의 평균 고추 재배 면적은 0.38ha(약 1,100평)로

1) 탐색재적 속성(search attribute)이란 소비자들이 상품을 구매하기 전에 검사(inspection)를 통해 알 수 있는 품질 속성을 말하며, 소비자가 구매하거나 소비한 이후에만 판단할 수 있는 품질속성을 두고 경험재적 속성(experience attribute)이라 부른다(Nelson, 1970). 한편, 소비자가 상품을 소비한 이후에도 외부로부터 추가적으로 제공되는 정보 없이 독립적으로는 판단할 수 없는 품질 속성을 신뢰재적 속성(credence attribute)이라 한다(Darby & Karni, 1973). 가령, 청과물 소매점에서 소비자가 구매할 수 있는 사과를 예로 들어보자. 사과의 특징들 중 가격, 색상, 품종, 크기, 향기 등의 속성은 소비자들이 구매하기 전에 쉽게 식별할 수 있는 것들이다(탐색재적 속

성). 그런데 맛, 신선도, 부패 정도, 요리 재료로 활용하는데 대한 편의성 등의 속성들은 소비자가 상품을 구매하거나 소비함으로써만 판단이 가능해진다(경험재적 속성). 한편, 농약 잔류량, 영양적 측면에서의 가치, 유기농법으로 재배되었는지 여부 등과 같은 것들은 구매 또는 소비 이후에도 소비자들이 직접 판단하기가 어렵다(신뢰재적 속성). 이와 같이 품질 속성을 구분하는 접근방법을 두고 Caswell과 Mojduszka(1996)은 '정보의 경제학 모델'이라고 부른다.

〈표 2〉 고추 재배 농업인들의 품질인식을 조사하기 위한 질문 문항의 구성과 항목별 분류

| 질문 문항           | Ilbery와 Kneafsey의 품질속성 분류 | 품질속성에 대한 경제학적 분류 | 품질특징에 대한 Steenkamp와 Meulenberg의 분류 <sup>2)</sup> |
|-----------------|---------------------------|------------------|--------------------------------------------------|
| 성분              | 원재료 / 성분                  | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 맛과 향            | 지각적 속성                    | 경험재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 색깔과 윤택          | 지각적 속성                    | 탐색재적 속성          | 내부적 단서                                           |
| 크기              | 지각적 속성                    | 탐색재적 속성          | 내부적 단서                                           |
| 품종              | -                         | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 재배지의 토질         | 생산 방법                     | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 작형(시설하우스 vs 노지) | 생산 방법                     | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 농약 투입량          | 안전성                       | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 건조 방법           | 생산 방법                     | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 세척 여부           | 안전성                       | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |
| 공공기관의 품질인증      | 안전성                       | 탐색재적 속성          | 외부적 단서                                           |
| 생산자에 대한 정보      | 추적가능성                     | 탐색재적 속성          | 외부적 단서                                           |
| 생산 지역(군 단위)     | 생산 장소                     | 신뢰재적 속성          | 외부적 단서                                           |
| 상표              | 지각적 속성                    | 탐색재적 속성          | 외부적 단서                                           |
| 품종별 혼합 여부       | -                         | 신뢰재적 속성          | 내부적 속성                                           |

2) 품질에 대한 소비자 인지과정 분석틀은 ‘소비자들이 품질을 어떻게 인지하는가’라는 문제를 제기한다. 달리 표현하면, 소비자들은 상품을 구매하기 전에 또는 구매한 후에 그 품질을 판단하기 위해 어떠한 단서(cue)를 활용하는가의 문제이다. Olson과 Jacoby(1972)는 이 문제를 ‘내부적 단서(intrinsic cue)’와 ‘외부적 단서(extrinsic cue)’라는 두 가지 개념을 도입함으로써 해결하고자 했다. 내부적 단서는 ‘상품 그 자체의 물리적 특징을 변화시키지 않고서는 실험적으로 조작되거나 변화될 수 없는 상품의 속성’이라고 정의된다. 외부적인 단서는 ‘실험을 통해 변화된다 하더라도 상품의 물리적 특징이 반드시 변화하지는 않는 속성’이라고 정의된다. 내부적 단서의 예로는 냄새, 색상, 영양성분, 식품첨가물, 방부제 등을 들 수 있다. 외부적인 단서로는 가격, 브랜드명, 판매점명, 구성 성분 표시 등을 예로 들 수 있다. Steenkamp와 Meulenberg(1986)는 상품의 품질을 탐색재적 특징, 경험재적 특징, 신뢰재적 특징으로 구분하는 접근방법과 내부적 단서와 외부적 단서를 구분하는 소비자 인지분석 접근방법을 통합하기 위해 내부적 단서와 외부적 단서를 새롭게 정의했다. 우선 내부적 단서의 범주를 다시 두 가지로 세분화했다. 소비자들이 탐색할 수 있는 상품의 내부적 특징을 ‘내부적 단서(cue)’라고 정의하고, 본질적으로 경험재 또는 신뢰재적 성

서 타 지역에 비해 비교적 큰 편이다. 이러한 점들로 미루어 음성군의 고추 농업은 지역농업에서 매우 중요한 비중을 차지하는 부문이며, 상당히 특화되어 있다고 말할 수 있다.

조사에 응한 94농가들 전체의 2003년 고추 수확량 합계는 건고추 기준으로 약 68.0톤이다. 이중 93.5%가 시장에 출하되고 있었으며, 나머지가 자가 소비되고 있었다. 농가들의 출하 경로는 ‘직거래’, ‘농협’, ‘수집상’, ‘장터’의 네 가지가 있다. 조사대상 농가들의 고추 판매액 합계는 57억 9,100만 원이었다. 이 중 직거래를 통한 판매액이 전체의 44.2%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 그 다음으로는 수집상(31.1%), 농협(21.9%), 장터(2.8%)의 순이었다. 이 농가들은 평균 5,569원/600g의 가격으로 건고추를 판매하고 있었다. 중량 기준으로는 직거래를 통해

격을 갖는 내부적 특징을 ‘내부적 속성(attribute)’이라고 정의했다. 그리고 상품의 외부적 단서는 언제나 탐색 가능한 것이라고 간주했다.

〈표 3〉 고추 판매 농가들의 출하경로별 판매 현황(N=81)

| 구 분                   | 직 거래                   | 농 협                    | 수 집 상                  | 고추 장터                | 전 체                     |
|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|----------------------|-------------------------|
| 판 매 량 (근)             | 39,750<br>(37.9%)      | 25,400<br>(24.2%)      | 36,940<br>(35.2%)      | 2,850<br>(2.7%)      | 104,940<br>(100.0%)     |
| 판 매 액 (원)             | 256,000,000<br>(44.2%) | 127,000,000<br>(21.9%) | 180,000,000<br>(31.1%) | 16,100,000<br>(2.8%) | 579,100,000<br>(100.0%) |
| 판 매 농 가 수             | 53<br>(56.4%)          | 35<br>(37.2%)          | 45<br>(47.9%)          | 4<br>(4.3%)          | 81<br>(86.2%)           |
| 판매농가 1호당<br>평균판매량 (근) | 750.0                  | 725.7                  | 820.9                  | 712.5                | 1,296.0                 |
| 평균 판매 가격 (원/근)        | 6,520.8                | 4,864.1                | 4,785.6                | 5,375.0              | 5,568.8                 |

\* 고추를 판매하지 않고 자가소비만을 목적으로 재배하는 13농가는 표에서 제외했음.

판매되는 건고추의 양이 약 23.9톤으로 전체의 37.9%에 해당된다.

그런데 모든 조사대상 농가들이 직거래를 통해 건고추를 판매하는 것은 아니다. 직거래 활동을 수행하는 농가들은 53호로 전체의 56.4%였다. 농협을 통해 건고추를 판매하는 농가의 수는 35호로 전체 농가의 37.2%에 해당된다. 이들이 농협에 판매하는 건고추의 양은 모두 2만 5400근으로 전체 판매물량의 24.2%를 차지하고 있다. 수집상에게 판매되는 고추는 3만 6940근으로 전체의 35.2%를 차지하고 있다. 수집상에게 고추를 판매하는 농가 수는 45호로 전체 농가 수의 47.9%이다. 고추 수확기인 8월부터 10월 사이에 약 3개월 동안 5일장의 형식으로서 음성 고추장터에 가서 고추를 판매하는 농가 수는 4 농가였으며 이들이 판매하는 고추의 양은 2850근으로 전체의 2.7%를 차지하고 있다.

단위 판매 가격이 가장 높게 형성되어 있는 출하경로는 직거래(6520.8원/근)였으며, 따라서 직거래를 통해 판매하는 농가 수와 판매액의 비중이 가장 컸다. 한편, 고추 장터에서의 단위 판매 가격은 직거래 다음으로 높은 5375.0원/근이지만 이곳을 통해 판매되는 고추의 총량은 전체의 2.7%에 불과했다. 조사대상 농가들 중 고추를 판매하고 있는 농가들은 평균 722만 9,024원의 조수입을 얻고 있는 것으로 나타났다.

## 2. 고추 재배 농업인들과 건고추 소비자들의 품질 인식 차이

15가지의 고추 품질속성에 대해 조사대상 농민들이 그 중요도를 평가한 결과를 정리하면 〈표 4〉와 같다. 평가에 사용된 품질속성을 그 점수가 높은 것부터 다섯 개를 꼽으면 ‘맛과 향’, ‘건조 방법’, ‘색깔과 윤택’, ‘품종’, ‘재배지의 토질’이다. 이것들은 모두 건고추 생산 과정에서 결정되는 품질속성들이다. 가령, ‘공공기관’의 품질인증’이나 ‘세척 여부’ 등처럼 생산 이후의 과정에서 결정되는 품질속성들 중 그 중요도 점수가 상위 5위 안에 드는 것도 없었다. 그리고 별도의 추가적인 정보를 제공하지 않는다면 소비자가 구매과정에서 판단을 내릴 수 없는 경험재적 속성이나 신뢰재적 속성에 속하는 것들이 중요도 순위 5위 안에 드는 항목들 중 네 개나 되었다.

고추 생산자들의 이 같은 품질 인식은 그 자체로는 어느 정도는 당연한 결과라 할 수도 있다. 농업인들은 고추 생산 과정에서 자신이 직접 관리할 수 있으면서 관리에 따른 추가적인 비용이나 리스크가 상대적으로 적은 품질속성들의 중요도를 더 높게 평가하고 있는 것이다. 하지만 생산자들의 이 같은 품질 인식과 소비자들의 그것을 비교하면, 매우 중요한 함의가 드러난다.

〈표 4〉 고추 재배 농가들의 품질속성별 중요도 평가(N=81)

| 우선순위  | 문항의 내용          | 평균 점수 | 표준편차  | 품질속성에 대한<br>경제학적 분류 |
|-------|-----------------|-------|-------|---------------------|
| 14/15 | 성분              | 1.86  | 1.222 | 신뢰재적 속성             |
| 1/15  | 맛과 향            | 4.51  | 0.976 | 경험재적 속성             |
| 3/15  | 색깔과 윤택          | 4.43  | 1.012 | 탐색재적 속성             |
| 6/15  | 크기              | 3.32  | 1.465 | 탐색재적 속성             |
| 4/15  | 품종              | 4.28  | 1.154 | 신뢰재적 속성             |
| 5/15  | 재배지의 토질         | 3.91  | 1.306 | 신뢰재적 속성             |
| 11/15 | 작형(시설하우스 vs 노지) | 2.14  | 1.339 | 신뢰재적 속성             |
| 10/15 | 농약 투입량          | 2.26  | 1.430 | 신뢰재적 속성             |
| 2/15  | 건조 방법           | 4.46  | 1.141 | 신뢰재적 속성             |
| 7/15  | 세척 여부           | 3.20  | 1.435 | 신뢰재적 속성             |
| 13/15 | 공공기관의 품질인증      | 1.96  | 1.346 | 탐색재적 속성             |
| 9/15  | 생산자에 대한 정보      | 2.43  | 1.422 | 탐색재적 속성             |
| 8/15  | 생산 지역(군 단위)     | 3.05  | 1.224 | 신뢰재적 속성             |
| 13/15 | 상표              | 2.09  | 1.380 | 탐색재적 속성             |
| 15/15 | 품종별 혼합 여부       | 1.40  | 0.918 | 신뢰재적 속성             |

〈표 5〉 대도시 가정 소비자들의 건고추 구입시 주요 고려사항(N=1000)

| 우선순위  | 문항의 내용     | 응답빈도 | 비율(%) | 품질속성에 대한<br>경제학적 분류     |
|-------|------------|------|-------|-------------------------|
| 5/10  | 가격         | 71   | 7.0   | -                       |
| 3/10  | 안전성        | 148  | 14.7  | 신뢰재적 속성                 |
| 2/10  | 생산 지역      | 214  | 21.3  | 신뢰재적 속성                 |
| 6/10  | 원산지 (수입여부) | 68   | 6.7   | 신뢰재적 속성 (또는)<br>탐색재적 속성 |
| 4/10  | 신선도        | 79   | 7.8   | 경험재적 속성                 |
| 10/10 | 크기         | 2    | 0.2   | 탐색재적 속성                 |
| 8/10  | 모양 / 선택    | 22   | 2.2   | 탐색재적 속성                 |
| 9/10  | 포장 상태      | 4    | 0.4   | 탐색재적 속성                 |
| 1/10  | 건조 방법      | 333  | 33.1  | 신뢰재적 속성                 |
| 7/10  | 기타         | 67   | 6.6   | -                       |

자료 : 농수산물 유통공사(2001)

대도시 가정 소비자 1,000명을 대상으로 조사한 농수산물유통공사(2001)의 자료에는 ‘건고추 구입시 주요 고려사항’이라는 문항으로 소비자들의 품질 인식에 관하여 조사한 내용들이 포함되어 있다. 그 문항에서 제시하고 있는 구체

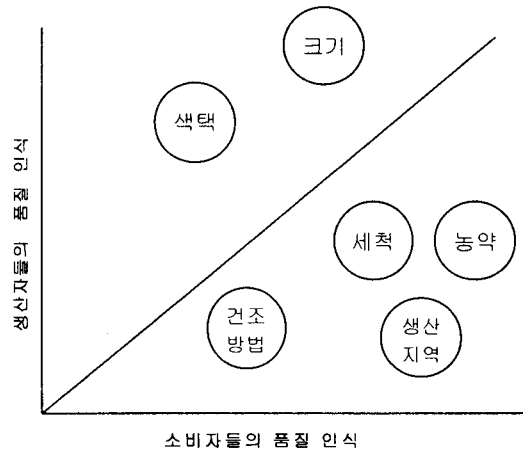
적인 항목들이 이 연구에서 활용한 질문 문항들과 완전하게 일치하는 것은 아니지만 몇 가지 중요한 항목들이 일치하고 있다. 소비자들의 응답 결과를 정리한 내용은 〈표 5〉에서 보는 바와 같다.

소비자들이 가장 중요하게 생각하는 건고추 품질속성은 ‘건조 방법’이라고 해석할 수 있다. 그 다음으로는 ‘생산 지역’, ‘안전성’ 등의 품질속성이 중요한 고려사항이었다. 소비자들의 품질 인식에 대한 이 같은 자료는 사례지역 고추 생산자들의 품질 인식과 확연한 대조를 보이고 있다. 생산자들이나 소비자들 모두 공통적으로 건고추의 ‘건조 방법’을 매우 중요한 품질속성이라고 인식하고 있지만, 소비자들이 중요하게 생각하는 두 가지 품질속성인 ‘안전성’과 ‘생산 지역’에 대해서 생산자들은 그다지 중요한 것으로 인식하지 않고 있음을 알 수 있다. 그리고 생산자들은 중요하게 생각하고 있는 품질속성인 ‘색택’과 ‘크기’에 대해 소비자들은 상대적으로 낮은 중요성을 부여하는 것으로 보인다.

흥미로운 점은, 생산자와 소비자들의 품질 인식을 비교할 때 차이가 발견되는 몇 가지 중요한 품질속성들이 탐색재적 속성과 신뢰재적 속성에 해당된다는 점이다. 즉, 소비자들은 신뢰재적 품질속성에 속하는 ‘안전성’과 ‘생산 지역’을 중요하게 생각하는 반면에 생산자들은 탐색재적 품질속성에 속하는 ‘크기’와 ‘색깔과 윤택’을 중요하게 생각하고 있는 것이다. 이 같은 대조를 다시 표현하면 <그림 1>과 같다).

위의 그림은 <표 4>와 <표 5>에서 ‘우선순위’를 기준으로 대략적으로 좌표화하여 만들어 본 것이다. 그림의 오른쪽 아랫부분에 위치한 세 개의 품질속성 ‘세척 여부’, ‘농약 투입량’, ‘생산지역’은 소비자들에게 중요한 것으로 인식되고 있지만 생산자들에게는 그렇지 않은 것들이다. 이 그림을 통해 알 수 있는 것은 생산자들이 그다지 중요하게 생각하지 않는 몇 개의 품질속성들은 소비자들에게는 매우 중요한 것들이며, 모두 신뢰재적 품질속성들이라는 점이다.

3) 이 연구에서 조사한 생산자들의 품질 인식과 농수산물 유통공사(2001)의 소비자 조사는 그 방법이 서로 다르다. 하지만 두 가지의 자료에서 나타난 품질 인식의 우선순위를 대략적으로 도식화하면 이와 같다.



<그림 1> 생산자들과 소비자들의 건고추 품질 인식 비교

### 3. 고추 재배 농업인들의 거래 연결망 유형과 품질 인식

연구가 제기하고 있는 가설은 ‘고추 재배 농업인들이 편입되어 있는 거래 연결망 유형에 따라 건고추의 품질에 대한 인식이 다를 것이다’였다. 이론적으로는 ‘농식품 품질 정의의 사회적 구성 이론’을 검증하기 위한 분석이며, 실천적으로는 거래 연결망 유형에 따라 품질 인식을 달리하는 고추 재배 농업인 집단별로 적절한 농업기술 지도의 방향을 제시하기 위한 것이다. 다음 <표 6>은 자신이 생산한 건고추 중 30% 이상의 물량을 직거래 방식으로 판매하는 농업인 집단(직거래 농가군)과 그렇지 않은 농업인 집단(산지출하시장거래 농가군) 간에 품질속성 구인별로 어느 정도의 중요도를 부여하고 있는지를 비교한 t-검증 결과이다.

고추 재배 농업인들이 평가한 15개 품질속성 구인별 중요도 중에서 두 집단(직거래 농가군과 산지출하시장 거래 농가군) 간에 5% 수준에서 통계적으로 유의한 차이가 발견되는 것은 ‘작형’과 ‘생산자에 대한 정보’였다.

‘작형’은 고추를 노지에서 재배하는 것과 시설에서 재배하는 것 사이에 어떤 것을 선택하



〈표 6〉 건고추 거래 연결망 유형별 품질 인식 비교(N=81)

| 품질속성             | 농가 구분              | 평균   | 표준편차  | t값      | 유의확률 |
|------------------|--------------------|------|-------|---------|------|
| 성분               | 직거래 농가(N=44)       | 1.95 | 1.397 | .745    | .459 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가(N=37) | 1.76 | .983  |         |      |
| 맛과 향             | 직거래 농가             | 4.55 | 1.044 | .393    | .696 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 4.46 | .900  |         |      |
| 색깔과 윤택           | 직거래 농가             | 4.36 | 1.036 | - .662  | .510 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 4.51 | .989  |         |      |
| 크기               | 직거래 농가             | 3.23 | 1.445 | - .626  | .533 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 3.43 | 1.501 |         |      |
| 품종               | 직거래 농가             | 4.18 | 1.167 | - .868  | .388 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 4.41 | 1.142 |         |      |
| 재배지의 토질          | 직거래 농가             | 3.86 | 1.322 | - .373  | .710 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 3.97 | 1.301 |         |      |
| 작형<br>(시설 vs 노지) | 직거래 농가             | 1.86 | 1.250 | - 2.033 | .045 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 2.46 | 1.386 |         |      |
| 농약 투입량           | 직거래 농가             | 2.27 | 1.561 | .092    | .927 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 2.24 | 1.278 |         |      |
| 건조 방법            | 직거래 농가             | 4.41 | 1.106 | - .408  | .684 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 4.51 | 1.193 |         |      |
| 세척 여부            | 직거래 농가             | 3.32 | 1.360 | .823    | .413 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 3.05 | 1.527 |         |      |
| 공공기관의<br>품질인증    | 직거래 농가             | 2.14 | 1.456 | 1.269   | .208 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 1.76 | 1.188 |         |      |
| 생산자에 대한<br>정보    | 직거래 농가             | 2.73 | 1.468 | 2.078   | .041 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 2.08 | 1.299 |         |      |
| 생산 지역            | 직거래 농가             | 2.91 | 1.217 | - 1.127 | .263 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 3.22 | 1.228 |         |      |
| 상표               | 직거래 농가             | 2.27 | 1.436 | 1.331   | .187 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 1.86 | 1.294 |         |      |
| 품종별 혼합<br>여부     | 직거래 농가             | 1.32 | .857  | - .821  | .414 |
|                  | 산지출하시장 거래 농가       | 1.49 | .989  |         |      |

는가의 문제가 품질에 중요한 영향을 끼치는지를 물어본 문항이었다. 이 항목에 대해 직거래 농가들이 평가한 중요도 점수는 평균 1.86점이었음에 비해, 산지출하시장 거래 농가들이 평가한 점수는 평균 2.46점으로 상당한 차이가 나타났다. 일반적으로 비닐하우스 시설에서 고추를 재배할 경우, 별다른 병충해 피해를 입지 않는 한, 수확량이 2배 내지 3배 정도로 증가하는 것

으로 알려져 있다. 그런데 노지 재배 고추와 시설 재배 고추의 품질 차이가 존재하는가라는 물음에 대해서는 일반적으로 합의된 견해가 없는 것 같다. 재배 농가들 사이에서도 이처럼 건고추의 품질에 있어 작형의 중요도에 대한 평가가 달라지는 이유는 무엇인가? 그러한 차이는 농가들의 건고추 판매처에서 요구하는 품질 수준에 대응하는 과정에서 형성된 농가들의 관념,

전략, 영농양식(farming style)<sup>4)</sup>의 차이를 반영하는 것은 아닐까?

〈표 3〉에서 보듯이 직거래를 판매되는 건고추의 단위 가격은 매우 높다. 직거래 소비자들은 품질에 대한 큰 폭의 추가적인 가격지불 의사를 갖고 있는 것으로 보인다. 이들에게 고추를 판매하는 농가들은 많은 양을 생산하여 매출액을 올리기보다는 수량은 떨어지더라도 품질이 좋고 단위 당 판매 가격이 높은 고추를 생산하는 전략을 취할 개연성이 크다. 가령, 중량 기준으로 수량과 건조수율은 다소 떨어지더라도 직거래 소비자들이 선호하는 양건 또는 반양건 고추를 만들기 적합한 소과종이나 중과종 품종을 선택하는 경향이 있다. 반면에 지역 농협이나 산지 수집상에게 고추를 판매하는 농가들은 품질 차별화 전략보다는 수량을 늘리는 전략을 채택하는 경향이 있다. 농협의 구매담당 직원이나 수집상들이 양건 고추나 반양건 고추를 특별히 선호하지는 않기 때문이다.

“건조기로 잘 마르고 안 마른다는 것은 고추 품종이, 음.. 껍피가 두꺼운 게 있고 약한 게 있어요. 지금 말하는 이 천하통일(고추의 품종명) 같은 경우는 껍데기가 두껍고 그 진미(고추의 품종명) 같은 건 아주 그냥 속이 들여다보일 정도로 껍데기가 얇다고. (중략) 거기다 말리는 과정에서, 이틀에 말리는 게 있고 사흘에 말리는 게 있어요. 그거 차이라고. 과가 두꺼운 거... (중략) 그러니까, 두꺼운 거 선택하는 이유는, 사가는 사람(음성농협 구매담당 직원)이 하는 말이 고춧가루가 양이 다 같은 근수라도 양이 조금 많대요. 더 많이 난대요. 그러니까, 수량이 많은 거죠. 얇은 건, 말리는 데 아주 잘 말라요. 그런데 양은 많아도, 그게 근수가 안 나가요. 같은 부피라도.”

- 산지출하시장에 고추를 판매하는 A씨와의 인터뷰에서

4) ‘영농양식’의 개념과 관련 연구 동향에 대해서는 김정섭(2005)을 참고.

직거래 농가들에 비해 산지출하시장 거래 농가들이 작형을 상대적으로 더 중요하게 평가하는 것은, 그들이 시설 재배가 노지 재배에 비해 더 많은 수량을 낼 수 있다고 생각하기 때문이다. 따라서 고추 재배 및 건조에 있어 수량이 상대적으로 덜 중요한 목표인 직거래 농가들에게는 작형은 중요한 고려사항이 되지 않는다.

한편, ‘생산자에 대한 정보’는 직거래 농가들에게는 매우 중요한 품질속성이다. 건고추 직거래는 대개 도시에 거주하는 자녀들이나 지인들의 사적인 연결망을 통해 이루어진다. 그리고 대개는 여러 해 동안 동일한 농가로부터 김장용 고추나 고춧가루를 구매하는 단골 고객층이 형성되어 있다. 이 같은 조건에서 직거래 소비자가 농가에 대해 갖는 신뢰는 매우 중요하다. 생산자에 대한 정보를 적절하게 제공하는 것이 직거래 구매 고객들의 충성도를 유지 또는 제고할 수 있는 중요한 수단이라는 점을 직거래 농가들은 잘 알고 있다. 이와는 대조적으로, 건고추 소비자와 직접 접촉할 기회가 별로 없는 산지출하시장 거래 농가들은 생산자 정보의 중요도를 상대적으로 낮게 평가하고 있다.

또한, 직거래 농가와 산지출하시장 거래 농가 간 t-검증 결과는 유의하게 나타나지 않았지만 평균적으로 직거래 농가가 산지출하시장 거래 농가에 비해 더욱 높은 중요도를 부여한 품질속성들을 살펴보면, 그 가운데서 일관된 특성들을 발견할 수 있다. 직거래 농가가 산지출하시장 거래 농가에 비해 더욱 높은 평균 점수를 얻은 항목은 ‘생산자에 대한 정보’를 비롯하여 ‘성분’, ‘맛과 향’, ‘농약 투입량’, ‘세척’, ‘공공기관의 품질인증’, ‘상표’이다. 이러한 7가지 품질속성들은 고추의 색택, 크기, 품종, 재배지의 토질, 작형과 같은 품질속성들과 비교할 때 보다 소비자의 시각에 근접해있다고 할 수 있다. 특히, ‘농약 투입량’, ‘세척’, ‘공공기관의 품질인증’, ‘생산자에 대한 정보’와 같은 품질속성들은 소비자들이 민감하게 생각하는 식품의 ‘안전성’과 밀접한 관련이 있는 항목들이다. 또한 〈표 2〉의 Steenkamp와 Meulenberg의 분류를 보

면, ‘공공기관의 품질인증’, ‘생산자에 대한 정보’, ‘상표’의 속성들은 모두 ‘외부적 단서’로 분류된다. 즉, 직거래 농가들은 소비자들이 품질에 대해 간접적으로나마 탐색 가능하도록 하는 외부적 장치들을 산지출하시장 거래 농가에 비해 보다 중요하게 생각하고 있는 것이다. 두 집단 간 평균 점수의 차이로부터 읽을 수 있는 이러한 특성들은 직거래 농가가 소비자와 직접적으로 대면하면서 소비자들의 눈높이를 체험하고 이를 내면화할 수 있는 기회가 산지출하시장 거래 농가에 비해 더욱 빈번한 데서 기인한 인식 차이라고 할 수 있다.

## V. 결 론

농산물의 품질에 대한 인식은 거래의 연결망에 편입되어 있는 판매자와 구매자들의 영향관계 속에서 상호주관적으로 구성된다는 가정에서 출발하여, 고추 재배 농업인들과 건고추 소비자들 사이에서 나타나는 품질 인식의 차이를 분석하고 이러한 차이들이 거래 연결망 유형별로 어떻게 반영되어 나타나는지를 살펴보았다.

고추 재배 농업인들과 건고추 소비자들이 동일하게 중요한 품질속성으로 평가한 항목은 ‘건조 방법’이었다. 한편, 농업인들은 ‘맛과 향’, ‘색깔과 윤택’, ‘품종’, ‘재배지의 토질’, ‘크기’ 등을 중요한 품질속성으로 평가하였으며, 소비자들은 ‘생산 지역’, ‘안전성’ 등을 중요한 품질속성으로 고려하고 있었다. 즉, 농업인들은 고추 생산 과정에서 자신이 직접 관리할 수 있으면서 관리에 따른 추가적인 비용이나 리스크가 상대적으로 적은 품질속성들을 중요하게 생각하는 반면, 소비자들은 식품 안전과 관련된, 외부적으로는 진정성을 확인하기 어려운 신뢰재적 품질속성들을 중요하게 생각하고 있었다.

고추 재배 농업인들을 직거래 농가군과 산지출하시장 거래 농가군으로 나누고, 각 집단의 품질 인식이 어떻게 다른지를 분석한 결과, 직거래 농가군은 ‘생산자에 대한 정보’, ‘성분’,

‘맛과 향’, ‘농약 투입량’, ‘세척’, ‘공공기관의 품질인증’, ‘상표’의 품질속성에 대해 산지출하시장 거래 농가군보다 높은 중요도를 부여했다. 이러한 속성들은 소비자들이 중요하게 생각하는 품질속성들에 보다 근접해있는 것으로서, 직거래 농가군이 소비자들을 직접 대면하면서 소비자들의 품질 인식을 내면화한 결과라고 설명할 수 있다. 이들은 소비자들의 품질에 대한 요구, 특히 안전성에 대한 요구를 성실히 이행함으로써 생산자에 대한 긍정적인 정보와 이미지를 굳혀 나가는 전략을 활용할 가능성이 크다. 반면 산지출하시장 거래 농가군은 ‘작형’, ‘생산 지역’, ‘품종’, ‘색깔과 윤택’ 등의 품질속성에 직거래 농가군보다 높은 중요도를 부여하고 있었다. 산지출하시장 거래 농가군이 거래하는 지역 농협이나 산지 수집상은 양건 고추나 반양건 고추를 특별히 선호하지는 않기 때문에 이들 농가들은 품질 차별화 전략보다는 ‘작형’을 조절함으로써 수량을 늘리고자 한다. 이들에게는 음성이란 고추 주산지로서의 이미지와 인지도를 활용하는 것이 주요 전략이 된다. 또한 ‘색깔과 윤택’과 같이 고추 생산 과정에서 적은 투자로 관리가 가능하면서 생산물의 탐색재적 속성을 증진시킬 수 있는 품질속성에 보다 집중하는 전략을 활용하는 경향을 보인다.

이상, 거래 관계 속에서 형성된 사회적 연결망에 배태된 품질 인식이 농업 생산자들에게 공유되고, 공유된 품질 인식이 농업 생산자의 기술적 선택에 영향을 미치는 현상들을 확인할 수 있었다. 이러한 발견은 지역농업계획이나 농업기술 지도의 분야에 중요한 의미를 갖는다. 농업기술센터는 지역의 생산 품목과 관련한 지도사업의 관점을 새롭게 정비할 필요가 있다. 먼저 지도사업의 고객, 즉 지역 내 고추 재배 농가들을 정확하게 표적화해야 하며, 표적화된 재배 농가들마다 서로 다른 기술적 요구와 공공기관에 대한 역할 요구를 지니고 있을 가능성을 인식할 필요가 있다.

사례에서 확인할 수 있는 바와 같이, 직거래 비율이 높은 농가들은 공공기관의 품질인증에

대한 요구를 갖고 있다. 물론, 지금도 음성군 수준에서의 품질인증이나 농산물 품질관리원의 품질인증이 없는 것은 아니다. 그러나 기존의 품질인증 관리방식은 농가들의 입장에서 볼 때에는 그다지 실질적인 것이 아닐 수 있다. 직거래 활동을 활발히 수행하는 농가들이 요구하는 품질인증은 단순한 사실증명이 아니라 마케팅 활동에 도움이 되는 품질인증이다. 달리 말하자면, 고추의 직거래 소비자들이 그토록 확인하고 싶어 하는 여러 가지 신뢰재적 속성에 대한 공공기관의 믿음만한 인증은 매출액 증대에 도움이 될 것이라는 인식이 깔려 있는 것이다. 따라서 음성군은 직거래 농가들의 이러한 요구에 부합하는 품질인증 방식을 고려할 필요가 있다. 또한, 산지출하시장 거래 농가들에게는 시설비용이나 노동력 투입을 줄이는 기술들을 개발, 보급하고, 고추 주산지로서의 음성군이 지니고 있는 이미지를 극대화하여 이를 활용할 수 있도록 도움으로써 보다 적절한 농업기술 지도를 제공할 수 있을 것이다.

## VI. 참 고 문 헌

1. 김정섭, 2005, 고추 재배 농가들의 영농양식, 서울대학교 박사학위논문.
2. 농수산물유통공사, 2001, 도시가구의 주요 농산물 구입 및 소비실태 : 양념류 · 채소류.
3. Arce, A. and T. Marsden, 1993, The social construction of international food: a new research agenda, *Economic Geography*, Vol.69, No.3, pp.291-311.
4. 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*, Vol.14, No.4, pp.475-86.
5. Bowbrick, Peter, 1992, The economics of quality, grades and brands, N.Y.: Routeledge.
6. Buck, D., C. Getz and J. Guthman, 1998, From farm to table: the organic vegetable commodity chain of northern California, *Sociologia Ruralis*, Vol.37, pp.21-34.
7. 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*, N.Y.: Kluwer Academic / Plenum Publishers.
8. Darby, M. R. and E. Karni, 1973, Free competition and the optimal amount of fraud, *Journal of Law Economics*, Vol.16, No.1, pp.67-88.
9. 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.
10. \_\_\_\_\_, 1998, Product and Place: Promoting Quality Products and Services in the Lagging Regions of the European Union, *European Urban and Regional Studies*, Vol.5, No.4, pp.330-341.
11. Marsden, T. and A. Arce, 1995, Constructing quality: emerging food networks in the rural transition, *Environment and Planning A*, Vol.27, pp.1261-1279.
12. Marsden, T., A. Flynn and M. Harrison, 1997, Creating competitive space: exploring the social and political maintenance of retail power, *Environment and Planning A*, Vol.30, pp.481-498.
13. 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*, Vol.16, No.1, pp. 103-115.

14. Murdoch, J. and M. Miele, 1999, 'Back to Nature': Changing Worlds of Production in the Food Sector, *Sociologia Ruralis*, Vol.39, No.4, pp.465-483.
  15. Nelson, P, 1970, Information and consumer behavior, *Journal of Political Economy*, Vol.78, No.2, pp.311-329.
  16. 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.
  17. 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.
  18. Ventura, F. and van der H. Meulen, 1994, Transformation and Consumption of High-Quality Meat: the Case of Chianina Meat in Umbria, Italy, In van der Ploeg & Long eds. *BORN FROM WITHIN: Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*, pp.128-159, Assen: Van Gorcum.
- (2005년 10월 5일 접수, 심사 후 수정 보완)