

품질, 평가, 신뢰



축산물품질평가원 이사·한국소비자교육원장 전성자

더 좋은 것 찾는 소비자 본능

인간에겐 좋은 것, 더 좋은 것에 대한 추구가 있다. 그 욕구는 가장 좋은 것에 대한 욕구로까지 발전한다. 그 집념은 인류가 처음 동산에서 과일을 따 먹거나 동물을 수렵하던 시대부터 획득된 형질일 것이다. 좀 더 크고, 보기 좋고, 맛있고, 튼실한 것을 골라 채취하면 만족감이 높았을 것이다. 그 좋고 나쁨의 정도의 기억과 여러 사람의 경험을 따라 기준을 세웠을 것이다.

그렇게 생활하는 가운데 아주 좋은 것, 좋은 것, 보통의 것, 안 좋은 것, 아주 안 좋은 것 등의 5단계 구별이 가능하게 되었을 것이다. 혼자만 자급자족 하는 삶이라면 그 정도의 기분만 느끼며 살았겠지만 교환이 이루어지면서는 좋은 것은 교환가치가 높았을 것이며 나쁜 것은 교환가치가 낮았을 것이다. 교환이 활발해지면서 시장이 발달하게 되고 그 시장에서는 공급하는 측과 소비하는 측이 상호 만족할 만한 공정한 교환가치를 유지할 수 있도록 품질을 정해서 통용했다.

소비자는 돈을 내고 품질을 산다. 소비자가 내는 돈은 나라가 가치를 보증하는 공신력 있는 지불 수단이다. 그러나 공급자가 공급하는 품질은 사실은 돈 보다는 신뢰가 떨어진다. 상품은 기업이나 개인 사업자가 제공하기 때문이다. 이윤을 추구하는 기업이 품질을 제공하기 때문이다. 표시 품질을 규격대로 묵숨처럼 지키는 기업도 없진 않겠으나, 기업 중에는 속이는 자도 있고 허위 표시하는 경우도 있기 때문에 돈 만큼의 신뢰는 얻지 못하고 있다.

스마트시대의 품질 개념

기업도 자기가 생산한 품질을 소비자에게 확신을 주기 위해 과학적 규격을 만들어 사회를 향해 품질 정도를 선포한다. 상업품질 내용을 과학적 표시방법을 사용하여





선언해 두는 것이다. 기준을 객관화해서 규격을 만들고 그 규격을 바탕으로 품질을 표시 할 수 있게 되었고 품질표시의 믿음을 확인하기 위해서 평가제도가 발달 되었다. 품질이 좋게 표시되었는지, 그런 표시가 충분히 신뢰할 만하지 어떤지 그 적정성을 평가해주고 그 표시가 지켜지는지 그 신뢰를 판정해 주는 데까지로 발전하고 있다.

소비자의 주머니에서 지출되는 돈과 관련하여 소비자가 상품을 구매하고 돈을 지불할 때 그럴만한 가치가 있는지를 판단하기 위해서다. 액수 비교만이 아니라 품질과 연계해서 교환 가치를 판단할 수 있게 경제성 비교를 할 수 있게 해 주려는 것이다. 고도소비사회는 상품을 직접 보지 않고도 표시만으로 그 품질과 상태를 짐작하며 만족을 기대하기 가능한 사회다. 곧 거래 당사자가 서로 대면하지 않고도 거래가 가능한 시대이다.

지금 우리는 더 선진의 스마트시대를 살고 있다. 다른 데서는 유례가 없는 선진의 SNS 시대에 들어 서 있다. 현물과 현찰을 교환하는 경우가 점점 드물어진다. 소비자는 표시와 일러스트레이션(사진/카다로그)만 보고 스마트폰으로 주문을 하고 지불은 크레딧 카드로 한다. 소비자는 스마트폰과 크레딧카드만 가지면 세계 어느 나라, 어느 상품이나 집에 앉아서 살(買) 수 있고 편리한 소비생활을 영위할 수 있다.

품질과 평가

품질은 스마트 사회에선 세계를 향한 선언이다. 그 선언이 신뢰를 얻지 못 한다면 그 사회도 신뢰가 서지 않는다. 세계 속에 신뢰를 세우기 위해서는 돈에 중앙은행 곧 한국은행 총재가 가치와 지불을 보증하듯이 품질과 효능에도 그 만큼의 신뢰를 확보해 줄 수 있는 보증이 필요하다. 품질의 신뢰를 위해서는 그 품질 기준이 바른 것인가, 그 바른 기준 위에서 마련된 규격은 적정하며 그 규격은 공정하게 준수되고 있는가, 그 규격은 품질을 대표할 수 있는 것인가 하는 점들에 대한 신뢰를 확인해 내는 평가사무가 필요하다. 품질과 규격의 설정도 중요하지만 평가는 고도 소비사회를 지탱하는 중요한 기축이다.

상품과 서비스의 세계적 유통시대에서는 신뢰가 생명이다. 표시와 일러스트레이션이 신뢰를 얻지 못하면 세계화도 스마트 시대도 헛물이다. 소셜커머스, 온라인쇼핑몰, TV쇼핑, 섹스클럽선 판매 등 새롭고도 편리한 신종 상거래 방식은 날로 발달할 것이다. 그런 거래를 가능하게 해 주는 것은 사회 시스템이며 그 시스템의 운용을 가능하게 하는 것은 이 사회의 신뢰다. 규격과 품질의 신뢰가 상거래를 가능하게 하고 더 나아가 새로운 신종 거래 상행을 가능하게 하며 그 신뢰를 보증하는 기능이 품질평가기관이 하는 일이다. 돈은 중앙은행이 축산물의 품질은 품질평가원이 신뢰를 지켜내는 것이다. 한국산 축산물품질의 세계적 신뢰는 축산물품질평가원에서 발원하는 것이다. **동국정보**

