Journal of the Korean Society of Rural Planning
vol. 21, no. 3, 2015 (155-169)
ISSN 1225-8857(PRINT) / ISSN 2288-9493(ONLINE)
http://dx.doi.org/10.7851/ksrp.2015.21.3.155

농촌지역 수출 시행단계 농가의 수출 경험에 관한 질적 연구

이향미 • 고종태
강원대학교 농업자원경제학과

Qualitative Research on the Rural Farmers' Exporting Experience in Stage of Conducting Export

Yi, Hyangimi • Goh, Jongtae
Dept. of Agricultural & Resource Economics, Kangwon National University

ABSTRACT : As an essential means to the exploitation of new demands, the export of agri-food has the price-supporting effect on the domestic agri-food and its expansion can be a good way to increase farms' income. Of course, to enhance farms' income under the liberalization of the market, it is necessary to have countermeasures considering various factors. To this end, the study understood the experiences of farms doing exports and looked into ways to improve them by reviewing their motivations to export, difficulties, requirements, etc. In this context, the study conducted the purposive sampling among tomato export farmhouses in Jeongseon-gun in the export enforcement phase and executed the theme analysis. The research findings and suggestions are as follows. First, in order to enhance the level of commercialization of Jeongseon-gun tomatoes and reinforce the trade bargaining power, it is necessary to form the consensus on policy and make the scaling of the site based on the strong organization power. To this end, it requires the active role of agricultural cooperatives that take a big portion of distribution in the site and distribute its profits directly to farmhouses. Second, it is necessary to set clear target markets for Jeongseon-gun tomato export farms and set sales strategies for each target market. That is, in order to expand the export of Jeongseon-gun tomatoes, after clarifying local sales and export sales, export farmhouses should focus on quality management and secure the quantity for export. Third, to expand the export to Japan which already has the foundation for the export of Korean tomatoes, and to new export countries of China, Russia, etc., it is necessary to set the 'Two-Track Strategies for Export Market (particular item for focus and particular area for focus)' through the building of network of tomato export areas in Gangwon-do. In conclusion, to expand the export of Jeongseon-gun tomatoes, agricultural cooperatives and leaders together should build the strong organizational power with farmhouses and secure the quantities for export. And, according to the 'Two-Track Strategies for Export Market (particular item for focus and particular area for focus)', export infrastructure and export operational system should be built and to do so, the solidarity of tomato export farmhouses in Gangwon area should precede.

Key words : Conducting Export Stage, Qualitative Research, Tomato Export

I. 서 론

환태평양 경제동반자협정(TPP), 한·중 자유무역협정(FTA) 등 잇따른 경제 개방은 농가들의 영농의욕을 상실케 할 수 있는 가장 큰 외부 요인이 되고 있다. 그리고 수입과일은 소비 시기가 비슷하다면 동일한 종류의 과일이 아니라도 다른 국산 과일의 가격 하락에 직접적인 영향을 미치고 있다(KREI, 2014). 이것은 더 이상 국내 농가들끼리 경쟁이 아닌 다른 나라 농가들과의 본격적인 경쟁이 도래하였음을 의미한다.

이러한 시장 개방으로 우리나라 농가들의 농업소득은 감소하고 있다. 실제로 농업소득은 지난 10년 동안 5.1% 감소하였다. 농업의존도 역시 2013년에 29.1%로 가장 낮다.

Corresponding author : Yi, Hyangmi
Tel : 033-250-8660
E-mail : 69000@hanmail.net

하지만 우리나라의 주요 무역 상대국 시장 역시 개방된다는 점을 감안할 때, 시장 개방은 위기인 동시에 농가소득 제고에 기여할 수 있을 것이다. 왜냐하면 농식품 수출은 농업인의 소득 증대와 연결되고, 공급량 조절을 통해 국내시장의 가격안정에도 도움이 되기 때문이다[1].

정부도 수출의 중요성을 인식하여 2017년까지 농식품 수출 100억 달러 달성을 목표로, "제2의 파프리카 만들기 프로젝트"를 추진하고 있다[2]. 이를 통해 수출 1억 달러 이상 품목을 2017년까지 17개로 육성할 계획이다. 특히, 토마토 산업의 경쟁력을 강화해 내수와 수출을 선도하는 전략산업으로 육성한다는 계획 하에, 2022년에는 수출물량을 17,000톤까지 확대할 계획이다[3].

지금까지 농식품 수출 확대 방안을 모색한 연구들은 중력 모형(gravity model)을 이용해 농산물 수출 결정요인들을 파악한 연구(Moon et al.,2012; Im et al., 2011; Kim et al., 2009)와 수출국 대상으로 사례조사를 실시한 연구(Eor et al., 2011; Cui et al., 2011; Kim et al., 2010; Kim et al., 2008)로 구분된다. 하지만 위 연구들은 농식품 전체 또는 부류별로 구분해서 살펴보고 있다.

한편 토마토 수출 관련 연구는 토마토 주요 수출국가 시장 현황 및 특징을 파악한 Korea Agro- Fisheries·Food Trade Corporation(2009), Korea Tomato- Party Inquiry (2009), 산지유통조직 49개소를 대상으로 토마토 수출 성공요인(규모화·조직화 및 마케팅 활동, 수출 상품화 과정, 수출 자조금 및 정부 보조)을 도출한 Choi(2010)가 있다.

위와 같이 농산물 수출 확대를 위한 기존 연구들은 통계자료를 이용한 정량적 분석에 집중되었다. 즉 아직까지 수출 주체인 수출 참여 농가들을 대상으로, 수출 동기 및 만족도 여부 등을 파악한 연구는 매우 부족한 실정이다.

수출농가의 성숙도에 따라 수출 의욕단계(수출을 위한 해외 판로를 찾고 싶지만, 수출의 경험과 노하우가 부족한 농가), 수출 시행단계(수출을 시험적으로 하고 있거나 수출경험이 있지만, 앞으로 안정적으로 수출을 시도하려는 농가), 수출 실천단계(수출을 지속적으로 하고 있지만, 판로 확대보다는 경영의 안정화를 도모하려는 농가)로 구분할 수 있다(農林水産省, 2009). 일례로 본 연구의 분석 품목인 토마토의 경우, 경남 함안군 지역 농가들처럼 18년 이상 수출을 하고 있는 농가들도 있지만, 강원도 정선군 지역 농가들처럼 지역 농업 전략 차원에서 수출 시행단계에 있는 농가들도 있다. 그리고 이러한 수출 성숙단계의 농가와 수출 시행단계 농가들의 "수출경험"은 다를 수 있다.

따라서 시장 개방하에서 농가소득 향상을 위한 농산물 수출 확대를 위해서는 다양한 요인을 고려한 대응방안이 필요하지만, 수출 시행단계에 있는 농가들의 수출경험을 이해할 필요가 있다. 왜냐하면 수출 경험의 개인적 의미를 분석(또는 기술(description))을 통하여, 수출 참여주체(농가)는 수출 지원정책을 어떻게 받아들이고 있는지, 수출 확대를 위해 간과되었던 문제점은 무엇인지 등을 파악할 수 있기 때문이다.

이를 통해 기존의 양적 연구(quantitative research)에서 밝히지 못했던 수출 참여주체의 주어진 정책 현안에 대한 의견이나 태도가 어떻게 형성되고 변화하는지 그 과정을 밝히는데 기여할 수 있을 것이다. 특히 아직까지 수출참여 농가들의 행동을 설명한 연구가 없는 실정에서, 이러한 질적 접근(qualitative research)은 연구 참여자들의 행동을 설명하기에 유용하다(Jo et al., 2011).

따라서 본 연구의 목적은 수출 시행단계 농가들의 경험을 파악하여 수출 확대 방안을 모색하고자 한다. 그리고 수출농가들이 수출을 하면서 무엇을 경험하는지를 밝히는 것은 향후 농산물 수출 확대 관련 후속 연구가 이어질 수 있는 설명의 토대를 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

이러한 연구목적을 위해 본 연구에서는 농가들의 수출 경험을 상황 맥락적으로 접근하고자 질적 연구방법인 주제 분석(thematic analysis)을 실시하였다. 주제 분석은 이론적 배경을 가지고 있지 않지만, 자료로부터 공통적으로 나타나는 주제 혹은 패턴을 확인하고, 주제의 의미를 분석하기에 유용한 방법이다(Braun and Clarke, 2006).

한편 산업적 특성으로 인해 지역성을 띨 수밖에 없는 농업은 지역 단위에서 시대환경 변화에 따른 적절한 대응방안을 모색할 필요가 있다. 그럼에도 불구하고, 농식품 시장 개방하에서 수출 확대방안을 모색한 연구들은 중앙정부 또는 도(道) 수준의 대응 전략에 집중되어 있다.

하지만 지역은 생활상의 필요에 의해 그 구성원이 연대 또는 관계를 맺는 공통의 공간을 의미하므로(Park, 2006), 농가들이 일상적으로 깊은 유대관계를 맺고 있는 마을이 지역농업의 출발이 되어야 한다. 따라서 본 연구에서는 2014년에 처음으로 토마토 수출을 시작하여 수출 시행단계에 있는 강원도 정선군을 지역 표집으로 선정하였다.

II. 토마토 생산 및 수출 현황

토마토는 1990년 후반 영양가와 각종 효능이 알려지면서 수요가 급증하였다. 그리고 이 시기에 재배면적이

증가하면서 토마토 산업이 성장하였다. 2014년 토마토는 과채류 재배면적(50,097ha)의 14.1%(7,070ha)를 차지하고 있다.

한편 토마토는 자급률이 90% 이상인 품목이다. 하지만 1인당 소비량은 2007년 9.8kg을 정점으로 감소 추세를 나타내고 있다. 2013년에는 8.3kg까지 감소하였다. 이와 같이 토마토 재배면적 증가와 1인당 소비량 감소로, 지난 5년간 완숙 및 방울 토마토 도매 가격은 연 평균 각각 4.2%, 5.3% 감소하였다.

전 세계적으로 토마토는 170여 개국 480만ha에서 162백만톤(평균 ha 당 33.6톤)이 생산되고 있다(2012년 기준). 토마토 경쟁력을 주요 경쟁국과 비교해 살펴보면, 우리나라의 10a 당 생산량은 네덜란드의 16% 수준인 7,642kg이다. 반면 생산자 가격은 1,203원(/kg)으로 일본(2,727원/kg) 다음으로 높다.

Table 1은 우리나라 농림수산식품 수출 실적을 나타낸 것이다. 농림수산식품 수출액은 1995년 34.2억 달러에서 2014년에는 82.5억 달러로, 연 평균 4.7%씩 증가하였다. 하지만 이러한 증가 속도는 같은 기간 동안 연 평균 8.3%씩 증가한 우리나라 국가 전체 수출과 비교하면 상대적으로 완만한 수준이다.

농림수산식품 수출액 규모는 증가하고 있지만, 국가 전체 수출액에서 차지하는 비중은 1995년 2.7%에서 2000년 이후 1.0%로 하락하였다. 그러나 2008년 이후 정부의 농식품 수출 증대 정책으로, 2014년 농림수산식품 수출이 국가전체 수출에서 차지하는 비중은 1.4%로 증가하였다.

우리나라 토마토 수출은 1995년 3,522천 달러에서 2000년 22,949천 달러로 증가했다. 하지만 웰빙 붐에 의한 국내소비 확대로 국내가격이 상승하여 내수 소비형 품목으로 전환되었고, 일본의 안전성 관리 강화(Positive List System)로[4], 2009년 토마토 수출금액은 2000년 대비 1/6 수준인 3,886천 달러까지 감소했다. 하지만 최근 정부의 토마토 수출 확대 정책("제2의 파프리카 프로젝트") 등으로 수출이 증가하고 있다.

토마토 수출은 신선 토마토와 토마토케첩 등의 가공 형태로 이루어지고 있다[5]. 하지만 신선 토마토가 전체 토마토 수출금액의 71.4%, 수출량의 59.4%를 차지하고 있어(2014년), 우리나라 토마토는 주로 신선 토마토 위주로 수출되고 있다.

토마토 수출금액을 살펴보면, 국가별로 토마토 수출금액 증가율이 다른 것으로 나타났다(Table 2). 2009년부터 2014년까지, 일본과 러시아로의 토마토 수출금액 비중은 11.5%P(일본)~2.5%P(러시아) 증가했다. 반면 중국은 오히려 9.4%P 감소하였다.

Table 1. South Korea's Tomato Exports

Unit: 1,000 dollars (USD), ton, %

Classification		2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Value	Total	22,949	8,828	4,797	3,886	6,642	9,652	12,904	14,170	13,737
	Tomato Ketchup	487	1,416	2,934	1,387	2,311	2,733	3,229	3,826	3,523
	Fresh Tomatoes	22,341	7,197	1,623	2,271	4,000	6,746	9,483	9,895	9,812
Amount	Total	12,678	4,314	1,745	1,736	2,303	3,185	4,228	5,484	5,538
	Tomato Ketchup	829	1,061	763	691	1,122	1,432	1,647	1,868	2,007
	Fresh Tomatoes	11,724	3,044	644	829	1,072	1,660	2,437	3,248	3,288
	(Contrast ratio of domestic production)	(4.2)	(0.7)	(0.2)	(0.2)	(0.3)	(0.5)	(0.6)	(0.8)	(0.7)

Source: http://www.kati.net

Table 2. The Main Export Markets for South Korea's Tomato

Unit: 1,000 dollars (USD), %

Classification	Total	ASEAN	China	EU	Hong Kong	Japan	Russia	Taiwan	USA	Other
2009	3,886	55	701	17	23	2,230	605	81	22	152
	(100)	(1.4)	(18.0)	(0.4)	(0.6)	(57.4)	(15.6)	(2.1)	(0.6)	(3.9)
2014	13,737	313	1,183	22	162	9,465	1,800	196	277	319
	(100)	(2.3)	(8.6)	(0.2)	(1.2)	(68.9)	(13.1)	(1.4)	(2.0)	(2.3)

Source: http://www.kati.net

신선 토마토의 수출물량을 살펴보면, 지난 10년 동안 꾸준히 수출하고 있는 나라는 일본과 홍콩이다(Table 3). 대만·러시아로는 2008년부터, 미국으로는 2009년부터, 스페인으로는 2010년부터 신선 토마토를 수출하고 있다. 그 외 국가로는 간헐적으로 신선 토마토 수출이 이루어지고 있다.

Table 3. South Korea's Fresh Tomato Exports

Unit: kg

Classification	2004	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
China	150	0	0	0	0	0	0	0	0
Germany	0	0	0	0	0	0	4	0	0
Guam	66,449	108,596	1,060	240	100	0	0	130	1,374
Hong Kong	1,355	1,351	2,033	3,083	29,895	16,175	9,011	12,848	35,291
Indonesia	0	0	0	600	0	0	85	0	0
Japan	2,941,391	2,933,652	626,918	916,208	1,034,134	1,624,657	2,322,997	3,225,731	3,209,720
Malaysia	0	45	8	0	0	0	0	15	0
Marshall Islands	0	0	0	0	0	0	0	0	25
Mongolia	0	0	0	0	40	0	356	687	24,964
Northern Marianas Islands	150	150	385	441	50	65	0	0	199
Russia	0	0	8,399	2,060	4,905	11,232	2,395	3,433	2,814
Singapore	0	0	611	0	10	5,980	0	0	7,522
Spain	0	0	0	0	570	343	1,042	1,326	660
Taiwan	0	0	4,367	4,385	150	528	101,280	1,600	10
United Arab Emirates	0	0	0	50	0	0	0	0	0
USA	268	220	0	1,081	1,406	761	260	2,688	5,137

Source: http://www.kati.net

토마토의 생산량은 매년 증가하고 있다. 특히 2014년에는 토마토 생산량 급증으로 인해 가락시장의 반입량은 전년보다 33% 증가한 4만 6,800톤으로 사상 최대를 기록하였다. 따라서 2014년 실질가격은 전년보다 13% 낮은 kg당 2,100원이었다(KREI, 2015). 하지만 국내 토마토 생산량 대비 신선 토마토 수출물량은 2000년에 4.2%로 가장 높았고, 이후 감소하기 시작하여 2014년에는 국내 토마토 생산량의 0.7%만이 수출되고 있다.

농산물 수출은 국내로 유통될 물량을 해외로 격리시킴으로써 국내 유통량이 감소하고, 이로 인해 국내 가격을 안정시키는 효과를 얻을 수 있다(Park et al., 2013). 따라서 농산물 수출 확대는 농가소득 지지에도 기여할 수 있기 때문에 수출 확대방안을 모색할 필요가 있다.

III. 연구방법

1. 연구 참여자 및 자료 수집

본 연구에서는 완숙 토마토를 재배하면서, 내수 판매는 생식용으로, 수출은 가공용으로 판매하고 있는 정선군 토마토 재배농가들을 표집 대상으로 선정하였다. 왜

Table 4. Tomato Acreage in Jeongseon

Unit: ha

Classification	Total	Sindong Eup	Hwaam Myeon	Nam Myeon	Yeoryang Myeon	Bukpyeong Myeon	Imgye Myeon
2002	2.4	0.2	-	-	-	2.1	0.1
2003	0.3	0.1	0.2	-	-	-	-
2004	13.2	-	9.2	-	0.8	2.9	0.3
2005	15.5	-	11.0	-	1.0	3.0	0.5
2006	50.1	-	17.0	1.2	-	27.0	4.9
2007	41.8	-	8.8	-	1.5	27.5	4.0
2008	43.1	-	8.0	-	1.5	28.0	5.6
2009	15.6	0.2	4.0	-	1.4	5.3	4.7
2010	34.8	0.3	20.0	-	-	9.7	4.8
2011	39.1	-	23.3	-	1.5	10.0	4.3
2012	37.7	-	10.0	-	1.7	19.5	6.5
2013	37.3	-	15.0	-	4.0	7.3	11.0

Source: Jeongseon, Statistical Yearbook, Each year.

냐하면 이 지역 수출 농가들은 지자체(정선군)와 유관기관(정선군 농업기술센터)의 지원으로, 2014년부터 수출을 시작한 수출 시행단계에 있기 때문이다. 따라서 내수 판매와 수출을 동시에 고려하고 있는 타 지역 농가들에게 시사점을 줄 수 있을 것이다.

정선군 경지면적은 7,520ha(밭 7,274ha), 가구당 경지면적은 219.8ha이다(2013년). 이 가운데 과채류 재배면적은 89.2ha로, 전체 경지면적의 1.2%를 차지하고 있다.

정선군 토마토 재배면적은 2006년 50.1ha에서 2009년 15.6ha로 급감하였지만, 최근 다시 증가하고 있다. 2013년 정선군 토마토 재배면적은 37.3ha이다. 이 가운데 화암면이 15.0ha로 가장 많고, 이어서 임계면 11.0ha, 북평면 7.3ha, 여량면 4.0ha이다.

이와 같이 정선군 토마토 재배 지역은 화암면, 임계면, 북평면, 여량면에 집중되어 있고, 2011년에 '정선군 토마토 생산자 연합회'가 결성되었다. 그리고 정선군은 화암면과 북평면을 대상으로 한 '토마토 전문수출단지' 육성 계획에 따라 2014년에 2개 권역(32농가, 총 9.1ha)의 토마토 전문수출단지를 운영하였다[6].

2014년에 정선군은 처음으로 a수출업체를 통해 일본으로 총 30톤의 완숙 토마토를 수출하였다(수출단가 2,250원/kg, 총 수출금액 67백만원). 그리고 정선군은 2015년에 토마토 전문수출단지를 15.0ha까지 확대하고, 수출물량은 50톤 이상 확대할 것을 목표로 하고 있다.

현재 정선군 토마토 수출 농가는 32명이다. 따라서 본 연구의 참여자 선정은 정선군에서 수출한 경험이 있는 토마토 재배농가들을 대상으로 목적적 표본 추출법의 하나인 눈덩이 표본추출법(snowball sampling)을 이용하였다. 즉 정선군 농업기술센터 수출 업무 담당자의 추천을 통해 처음 선택된 정보 제공자에게 "지금까지 제가 했던 질문들에 대한 정보를 더 얻으려면 누구와 이야기를 나누는 것이 좋겠습니까?"로 면접 종료 질문을 한 뒤 지난 1년 동안 토마토 수출 경험이 있는 다른 지인을 소개 받아 연구 대상자를 선정하였다.

본 연구는 대단위 사례가 아니라 특정한 사례 연구이다. 두 지역 토마토 수출 농가들의 경우 자발적인 농가 조직화를 통해 공동판매·공동계산을 하고 있다. 따라서 이들은 동일집단 표집으로서 소규모의 참여자들이 대부분 동일한 특징을 가지고 있기 때문에, 그 집단에 대한 이해를 심층적으로 할 수 있다[7]. 본 연구 참여에 동의해 준 수출 농가는 7명이다.

본 연구의 자료 수집은 2015년 6월 3일부터 7월 25일까지 개인 심층면담을 통해 이루어졌다. 이 기간은 토마토 정식이 완료되고, 7월 중순부터 1~2번의 출하가 이루어지는 시기이다. 따라서 작년에 토마토를 수출해 본 경험이 올해 수출 참여 여부에도 영향을 미치는 정도를 파악할 수 있다.

2. 분석 방법

우리나라 토마토는 국내 생산량에 비해 수출량은 1.0% 미만이다. 그리고 우리나라 1인당 토마토 소비량은 10.0kg 미만으로 정체상태에 있다. 그러나 기술혁신 및 개발에 대한 정책적 지원으로 토마토 생산성이 향상 될 경우 공급과잉을 초래할 것이다.

따라서 일련의 농업 투입요소 가격이 상승하고 있는 현실에서, 토마토 수출 확대는 해당 작목 농가들의 소득 향상 방안이 될 수 있을 것이다. 물론 농산물 수출은 수출국의 경제상황이나 환율, 생산량 증감 여부 등에 따라 수출단가나 비용 등의 여건이 달라질 수 있다. 따라서 '제2의 파프리카 프로젝트'의 정책적 목표를 달성하기 위해 농가에게 수출 확대를 요구하는 것은 한계가 있다.

이것은 토마토 수출 확대를 위해서는 의사결정자인 농가들의 요구사항 등을 반영한 정책수립이 필요함을 의미한다. 하지만 아직까지 수출 주체인 농가에 초점을 둔 연구는 매우 부족한 실정이다.

지금까지 농산물 수출 관련 많은 연구들은 주로 정량적 분석을 통해 농산물 수출 결정요인 등을 파악하였다. 이러한 양적 조사 연구는 연구자가 조사 대상으로부터 독립적인 위치를 갖기 때문에 객관적으로 자료를 수집할 수 있다. 그리고 통계적으로 추출된 표본을 대상으로 조사를 수행함으로서 대표성과 일반화를 추구할 수 있는 장점이 있다.

반면, 사회 현실의 고정적인 단면을 포착함으로써 현상 변화나 그러한 변화의 심층적인 이유를 설명하는 데에는 취약하다. 또한 사회현실을 행위자에게 이미 주어진 외부 환경으로 규정함으로써 행위자와 상황간의 상호작용을 간과한다는 단점을 가지고 있다.

따라서 연구주제에 관한 전반적인 이해와 통찰을 얻기 위해서는 그 경험을 조사하는 질적 연구가 적합하다고 할 수 있다. 특히 본 연구에서와 같이 그 현상을 경험한 사람들의 주관적 의미를 파악하고자 할 때 질적 연구접근이 더 적절하다(Kwon·Chung, 2014).

이러한 맥락에서 본 연구에서는 다수의 사례로부터 드러나는 현상이나 패턴에 더 관심이 있는 경우에 적합한 주제 분석을 실시하였고, 주제를 중심으로 분석결과를 기술하였다. 주제분석은 연구대상자들이 제시한 인터뷰나 기술적 내용으로부터 주제를 끄집어내는 것이다. 그리고 연구자가 인터뷰나 다른 자료들을 여러 번 읽어보고 전체적으로 연구 조망해 어떤 진술이나 어구에서

나타나고 있는 현상과 경험에 다하여 어느 정도 일관성을 갖고 있는가에 따라 주제를 설정한다(Lee·Cho, 2001).

특정 경험 파악을 위해 주제분석을 실시한 국내 연구들은 주로 간호학 분야와 사회학 분야에서 진행되고 있다. 관련 연구를 살펴보면, Cha et al.,(2013)은 조현병(schizophrenia) 환자 11명의 선거 참여 경험을 파악하였고, Jun·Ha(2014)는 여고생 7명의 다이어트 경험을 파악하였다. 그리고 Kim·Jin(2014)은 결혼이주여성 11명을 대상으로 그들의 관광동기·행동을, Kwon·Chung(2014)은 가정위탁지원센터 실무자 7명을 대상으로 그들의 경험을, Lee·Cho(2001)은 중학생 7명을 대상으로 여가 경험을 각각 파악하였다. 농업 분야에서는 매우 드물다.

반면 외국에서는 농가들의 경험을 이해하기 위해 질적 연구가 활발히 이루어지고 있다. 일례로, Roppel et al.(2006)은 캐나다의 여성 농업인을 대상으로 농업정책으로 포함되어야 할 주요 정책과제와 그들이 바라는 농촌상(象)을 탐색하기 위해 질적 연구를 실시하였다. Macken-Walsh et al.(2013)은 아일랜드 농업생산과 판매 등에 관한 의사결정 등을 파악하기 위해 축산농가 11명을 대상으로 질적 연구를 실시하였다. 우리나라의 경우 농지은행사업 참여 농가들을 대상으로 그들의 참여 동기 등을 파악한 연구 등이 있다(Yi·Kim, 2014a: Yi·Kim, 2014b). 따라서 농가들의 수출 경험을 파악한 연구는 본 연구에서 처음으로 실시하였다.

Figure 1은 본 연구 참여농가들의 인터뷰에서부터 주제묶음 도출까지의 과정을 나타낸 것이다. 먼저 수출 경험에 대한 심층면담 자료를 바탕으로, 이들의 경험에서 발견된 이슈들 중 유사한 것들을 묶어 하위주제로 설정하고, 다시 유사한 의미를 가진 하위주제들을 묶어 주제로 통합하였다.

그리고 자료로부터 주제를 뽑아 낸 후, 주제를 나열하는 형식으로 결과를 전개하였고, 각 주제 내에는 하부요소들과 각각의 요소에 대해 인용구를 사용하여 뒷받침하였다.

한편 본 연구에서는 자료에서 반복되는 주제나 패턴의 의미수준 기술(description)을 위해 Braun과 Clarke (2006)의 주제 분석 6단계를 따랐다. 제 1단계에서는 자료와 친숙해지는 단계로, 자료의 전체적인 흐름을 파악하기 위해서 충분한 시간을 가지고 자료를 반복적으로 읽었다.

2단계에서는 초기 코드를 생성하는 단계로, 자료에서 의미 있는 특성을 코드화하였다. 예를 들어, 토마토 재배 시작, 수출 시작, 수출 효과, 수출 어려움, 농협 역할, 수출 국가, 리더 등은 각각 코드1, 코드2, 코드3, 코드4, 코드5, 코드6, 코드5 등으로 명명하였다.

3단계에서는 주제 찾기 단계로서, 코드를 잠정적인 주제와 비교 및 대조하고, 잠정적인 주제와 관련된 모든 자료를 수집하여 소주제를 도출하였다. 4단계에서는 주제를 선정하는 단계로, 주제가 코드화된 자료와 전체적인 자료에 적합한지 여부를 파악하였다.

5단계에서는 각 주제의 자세한 부분을 다듬기 위한 지속적인 분석을 통해 명확한 정의를 생성하고, 각 주제를 명명하였다. 본 연구에서는 코드1은 제 1주제모음인 토마토 재배동기, 코드2는 제 2주제인 토마토 수출동기, 코드3은 제 3주제인 수출지원정책의 만족도, 코드4는 제 4주제인 수출의 어려움, 코드5는 제 5주제인 농협 역할의 만족도, 코드6은 제 6주제인 수출국가 개척 요구사항, 코드7은 제 7주제인 농가들의 자발적인 노력과 강력한 수출의욕 등으로 도출되었다.

마지막으로 제 6단계에는 해당 분야 전문가 검토를 통해 분석 결과의 타당성을 확인하였고, 연구 내용의 적용 가능성을 확보하였다.

통계적인 측면이나 가설검증적인 면을 강조하는 양적 연구와는 달리 주관적이고 의미의 발견과 해석에 중점을 두는 질적 연구의 평가기준은 양적 접근방법과 다르다(Boswell·Cannon, 2005). 그리고 양적 연구에 비해 질적 연구의 평가 기준은 상대적으로 부족하고 좋은 질적 연구라고 판단할 수 있는 평가 기준에 대한 논쟁은 계속되

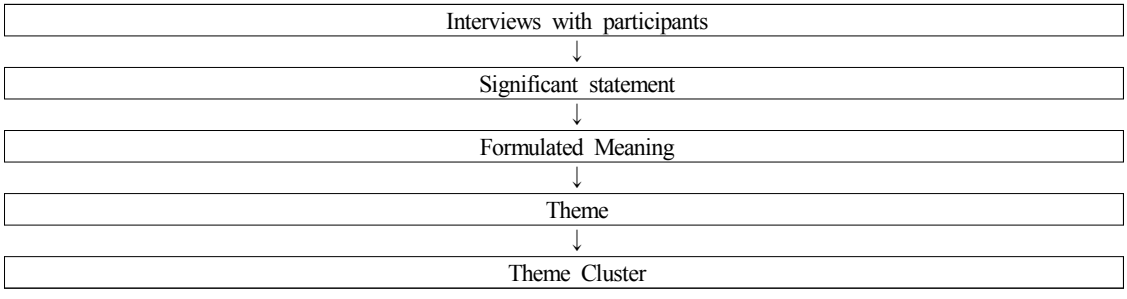

Figure 1. The Process of Data Analysis

어 왔다(Jo et al., 2011)[8].

따라서 본 연구에서는 질적 연구를 통해 얻은 결과와 그 결과의 해석을 신뢰할 수 있는 엄밀성(rigorousness) 확보하기 위해, 질적 연구 분야에서 가장 넓게 일반화된 (Lee, 2004) Lincoln과 Guba(1985)가 제시한 엄격성 평가 기준(신빙성(신뢰성)), 적합성, 감시가능성, 확증성)에 따랐다.

첫째, 신빙성(credibility)은 실제 경험을 한 연구 참여자로 하여금 결과물에 나타난 경험에 대한 서술과 해석이 얼마나 자신의 경험과 일치하는 것이라고 믿을 수 있는가를 측정하는 것이다(Lincoln·Guba, 1985). 본 연구에서는 이러한 신빙성을 높이기 위해 Lincoln과 Guba(1985)가 제시한 삼각검증법(triangulation)과 참여자 확인(member check)을 활용하였다.

삼각감정법에서는 연구자 삼각검증, 자료 삼각검증을 채택하였다[9]. 왜냐하면 2인 이상의 연구자들이 자료수집 및 분석 등에 참여함으로써, 한 사람의 연구자가 단독으로 연구하는데서 있을 수 있는 편견을 줄일 수 있기 때문이다(Denzen, 1994). 그리고 자료삼각검증으로 본 연구에서는 연구 참여자들과 가장 많은 접촉 기회를 가지고 있는 수출업체, 유관기관 담장자의 의견을 들음으로써 연구 결과의 신뢰도를 높이고자 하였다[10]. 또한 참여자 확인을 위해 연구자가 도출한 주제와 결과를 연구 참여자에게 확인하였다[11].

둘째, 적합성(fittingness)은 연구결과가 연구가 이루어진 상황 밖에서도 적합한지, 연구결과를 제 3자가 자신의 경험에 비추어 보았을 때 의미 있고, 적용력이 있는지를 알아보는 것이다. 따라서 본 연구에서는 두 번째 평가기준인 적합성을 위해 수출은 하고 있지만, 본 연구에는 참여하지 않은 2명(화암면과 북평면 농가 각각 1명씩)에게 본 연구결과를 제시하였고, 이들의 연구결과 수긍과 공감을 확인하여 본 연구결과의 적합성을 확인하였다.

셋째, 감시가능성(auditability)은 연구자가 사용한 연구 절차상의 분명한 흔적과 자취를 다른 연구자도 그대로 따라 할 수 있을 때, 그 연구결과는 감사가능성이 있다[12]. 따라서 본 연구에서는 감사가능성을 위해서 연구 과정에 대한 구체적인 기술과 연구참여자에 대한 접근, 자료수집 과정 등에 대해 상세히 기술하고자 노력하였다. 또한 본 연구의 해석이나 분석을 검증할 수 있도록 연구참여자의 말을 적집 인용하였다.

특히 본 연구에서는 참여 농가들의 응답내용을 그대로 기술하였다. 비록 문법에 어긋나고, 문장 자체가 제대로 완결되지 않았지만, 농가들의 '수출 경험'에 대한 감정을 함축하고 있기 때문이다. 이러한 특성을 제시하기 위해 오문임에도 불구하고 그대로 인용하였다.

넷째, 확인가능성(confirmability)은 연구결과가 중립적으로 편견이 없음을 의미한다. 이것은 신빙성, 적합성, 감사가능성을 학립하면 저절로 획득된다(Sandelowski, 1986). 따라서 본 연구에서는 연구참여자들의 경험과 견해를 최대한 반영하고, 분석의 신뢰성과 적합성, 감사가능성을 확립하였기에 중립적인 연구결과를 도출하였다고 판단된다[13].

IV. 연구결과

1. 연구 참여자의 일반적인 특성

본 연구 참여 농가들의 일반적인 특성은 Table 11과 같다. 먼저 연령은 50대가 2명, 60대 4명, 70대 1명이다. 평균 연령은 61.4세이다. 재배면적은 중농 규모인 0.2ha 이상 0.4ha미만이 4명, 대농 규모인 0.4ha 이상은 3명이다. 평균 재배면적은 0.4ha이다.

재배경력은 5년 이상 10년미만 2명, 10년 이상 5명이

Table 7. General Characteristics of the Study Farmer Participants

	Age (Years)	Acreage (ha)	Cultivation Career(Years)	Growing Area	Farming Training Times	2014 Exporters	2015 Exporters
A farmer	63	0.5	12	Hwaam Myeon	6	a vendor	a vendor
B farmer	51	0.2	11	Bukpyeong Myeon	4	a vendor	b vendor
C farmer	60	0.3	11	Hwaam Myeon	1	a vendor	a vendor
D farmer	51	0.3	5	Hwaam Myeon	3	a vendor	a vendor
E farmer	66	0.2	9	Bukpyeong Myeon	4	a vendor	b vendor
F farmer	75	0.6	14	Hwaam Myeon	5	a vendor	a vendor
G farmer	64	0.7	20	Hwaam Myeon	2	a vendor	a vendor
(Average)	(61.4)	(0.4)	(11.7)	-	(3.6)	-	-

다. 평균 재배경력은 11.7년이다. 연 평균 영농교육은 3회 미만이 3농가, 4회 이상이 4농가이다. 연 평균 영농교육 횟수는 3.6회이다.

2. 주제 모음[14)]

정선군 토마토 수출 농가들의 '수출 경험' 본질을 이해하기 위해서 주제 분석을 실시한 결과, 총 7개의 최종 주제가 도출되었다. 도출된 주제는 ''값'이 좋아서 시작했지만, 강원도 끼리 '싸움'된 여름토마토', '국내시장 한계 극복하고, '권유'에 의해 시작한 토마토 수출', ''다양한' 수출보조사업에도 불구하고, '경제적 효과가 적은' 토마토 수출', ''까다로운' 토마토 수출', ''안심'할 수 있지만, '수수료만 먹고 있는' 농협을 통한 토마토 수출', ''일본 말고, '다른 나라' 개척해야 하는 토마토 수출, 그러나 '포기할 수 없는' 일본 시장', ''고마운' 리더(leader)와 함께 하는 토마토 수출' 등이다.

1) 제 1주제 모음: '값'이 좋아서 시작했지만, 강원도 끼리 '싸움'이 된 여름토마토

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들의 토마토 재배 동기를 나타낸다. 강원지역 토마토는 고온기에 출하되고 있어, 타 지역 토마토보다 경매가격이 높게 형성되기 때문에, 토마토를 재배하기 시작했다. 즉 고온기에 이 지역의 여건에 토마토 재배가 수익성이 좋아서 재배를 시작했다.

일반적으로 토마토는 야간 온도가 중요한 작목이다. 따라서 정선군 지역은 일교차가 커서, 여름기후에 경쟁력이 있음을 알 수 있다.

> "화암면은 (해발)450m에요. 고랭지여서 여름토마토 나갈 때 덜 뜨거워요. 여기 토마토 나갈 때 7~8천원(/10kg)이고, 춘천은 3천원(/10kg)이에요.(F 농가)"

그러나 강원도의 토마토 재배면적은 지난 10년 동안 56.4% 증가했고, 생산량 역시 93.5% 증가했다. 이러한 강원지역 토마토 재배면적 증가로 춘천시, 화천군, 정선군 등 토마토 수출 지역 농가들간의 경쟁이 심화되고 있다.

> "(1995년)당시 여기 화암면 그린바이오법인에서 토마토 재배시작했어요. 여름재배가 다른 지역에 없어서 강원도에서 이 지역 인기 있었어요. 하지만 현재는 화천, 인제, 철원에서 재배하고 있어요. 여름(토마토)재배는 강원도 끼리 싸움이에요.(G 농가)"

따라서 다른 작목으로 변경하려해도, 타 작목에 대한 기술 부족으로 어려움을 겪고 있다.

> "시설에서 산채도 해 봤는데, 수요가 적어요. 토마토 소득 높아서, 값이 괜찮아서 시작했어요. 작목 바꾸려고 해도, 기술면에서 자신 없어요.(E 농가)"

2) 제 2주제 모음: 국내 시장 한계 극복하고, '권유'에 의해 시작한 토마토 수출

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들의 수출 동기를 나타낸다. 정선군과 화천군은 2014년에 처음으로 a업체를 통해 각각 30톤씩 토마토 수출을 시작하였다. 화천군은 ○○농협에서, 정선군은 정선군 농업기술센터에서 a업체에 먼저 수출을 제안했다.

그리고 a업체는 국내 토마토 수출 물량의 60%를 점유하고 있다. 그럼에도 불구하고 a업체가 2014년에 강원지역 토마토 수출을 확대한 것은 기존의 산지(논산, 보령, 서천, 김제, 익산, 담양, 춘천 등) 외에 다른 지역을 더 늘리고 싶었던 내부 여건에 부합했기 때문이다(a업체 담당자 인터뷰에 의함).

한편 정선군의 경우 토마토를 수출 품목으로 선정한 이유는, 토마토의 시설재배 면적 비중이 51.0%로 가장 높고, 계약재배를 통해 안정적인 농가 소득이 가능하기 때문이다. 그러나 농가 생산량의 10.0~20.0%만 수출하고 있어서, 큰 경제적 효과보다는 고정적 소득원을 형성하고 있다(정선군 농업기술센터 담당자 인터뷰에 의함).

따라서 정선군 토마토 재배농가들은 국내 토마토 가격 하락으로, 국내 시장만으로는 물량 소진이 어려웠다. 일례로 2014년 가락시장의 완숙토마토 반입량은 생산량 급증으로 인해 전년보다 33% 증가한 46,800톤으로 사상 최대를 기록하였다.

이러한 상황에서 정선군 농업기술센터와 작목반장의 '수출 권유'에 의해 토마토 수출을 시작하게 되었다. 특히, 수출 농가에 대한 정부의 보조 사업은 정선군 토마토 수출을 촉발하였고, 수출 참여 농가들은 '수출'하고 있는 것에 자부심을 느끼고 있다.

> "국내 값이 안 좋아서 토마토 수출에 참여하게 됐지요. 작목반장이 수출해보자고 해서. 여러가지 벌려 나봐야 힘만 들고, 돈도 안되요.(A 농가)"

> "내수만 가지고 물량 소진 어렵지. (정선군 농업기술)센터 △△△가 수출해보자고 권유했어요.(E

농가)"

"수출한다고 정부 협조도 있고. 작목반도 수출하면 소득이 많아요. 화암면 토마토 작목반 수출한다고 신문에도 나왔어요.(F 농가)"

하지만 정선군 토마토 수출 농가들의 시설하우스는 단순히 비가림 시설로, 다른 지역 토마토 수출 농가들에 비해 생산성이 낮다. 일반적으로 유리온실과 비닐하우스는 생산량이 3배 가까이 차이가 발생한다. 정선군은 (평당)최고로 40kg까지 생산되지만, 함안군은 (평당)95kg까지 수확할 수 있다. 계약단가 2,250원(/kg)을 적용한다면, 시설차이로 인해 (평당)124천원이 발생한다.

또한 논산시, 정선군, 화천군, 포항시 토마토가 같은 시기에 a업체에 출하되고 있다. 따라서 정선군 토마토 수출 농가들도 시설투자가 필요하지만, 평당 20~30만원이 소요되기 때문에 농가들은 시설투자에 어려움을 겪고 있다.

그리고 a업체와 거래하는 다른 지역은 수출 위주인 반면, 정선군 토마토 수출 농가들은 주 목적이 국내 시장 출하이고, 수출 토마토는 1주일에 1~2번 a업체에 출하하고 있다. 따라서 정선군 토마토 수출 농가 규모가 작고, 수출 이외 목적으로 재배하고 있으므로, a업체도 정선군 토마토 수출 물량 확대는 한계가 있는 것으로 나타났다(a업체 담당자 인터뷰에 의함).

3) 제 3주제 모음: '다양한' 수출보조사업에도 불구하고, '경제적 효과가 적은' 토마토 수출

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들의 수출지원정책에 대한 만족도를 나타낸다. 우리나라 농식품 수출지원정책은 중앙정부와 지방자치단체에 의해 추진되고 있다. 이 가운데 농림축산식품부 수출지원정책은 한국농식품유통공사에서 위탁수행하고 있으며, 해외시장개척사업, 글로벌 K-FOOD 프로젝트 사업, 농축산물판매촉진사업, 수출자금지원사업 등이 있다.

이 가운데 수출자금지원사업은 수출지원 실적이 있는 농식품 수출업체를 지원 대상으로 한다. 이것은 농식품 수출에 소요되는 집하운송비, 선별·포장·인건비·포장재비, 국내외 운송비 등 수출물류비를 지원하는 사업이다. 지원기간은 해당연도 1.1~12.31까지 수출 선적분이다.

전국에는 총 69개소의 (채소류)원예전문생산단지가 지정되어 있으며, 강원도에는 총 16개소가 있다. 토마토의 경우 '춘천토마토수출협의회'가 2014년에 원예전문생산단지로 지정되었다. 하지만 정선군의 경우 아직까지 원예전문생산단지로 지정된 품목이 없어서 기본 물류비 외에 수출 인센티브는 지원받지 못하고 있다.

강원도의 경우, 도내산 신선 농산물과 주 원료가 도내산인 가공농산물에 대해 품목별 표준물류비의 35.0% 이내의 농식품 수출 촉진비를 지원하고 있다. 신선 농산물 생산자는 수출물량×표준물류비의 10%, 수출업체는 수출물량×표준물류비의 5%를 각각 지원받고 있다.

이러한 수출지원정책은 '현금'으로 지급되고 있어서, 정선군 수출 농가들에 도움이 되지만, 생산 농가는 수출장려금을 못 받고 수출업체가 받고 있다. 즉 a업체가 정선군 토마토를 수출하고 있기 때문에, 이 업체가 수출장려금을 지원받고 있는 문제가 발생하고 있다.

또한 정선군의 경우, 2014년에 수출 토마토 상자 당 50%인 250원만 지원해줘서, 2015년에 10만 상자 정도 생산하는 농가는 정선군에 지원 신청할 때 20만 상자 생산하는 것처럼 과대 신청하는 문제가 발생하였다. 따라서 현재 '다양한' 수출 보조사업은 '현금'으로 지급되고 있어서, 농가들은 영농활동에 수월함을 느끼고 있지만, 경제적 효과는 미미한 것으로 나타났다.

특히, 정선군 재배 지역에서 수출업체까지의 물류비 40만원(2.5톤 차량)는 토마토 수출농가들에게 부담이 되고 있다[15]. 이러한 물류비는 수출 농가들이 직접 지불하고 있어, 북평면 토마토 수출 농가들은 수출업체를 2014년 a업체에서 올해는 b업체로 변경하였다.

"수출 좋은 점은 (수출)보조사업이 많아요. 농약살 때, 수출하니 군에서 보조해줘요. 목돈 덜 들어가서 수월해요. 여기 (화암)작목반 많이 밀어줘요.(C 농가)"

작년에 수출효과 안 났지. 단가가 적고, 물류비가 많아서. 작년에 a업체까지 가는데, 물류비 발생했어요. a업체 계약가격은 운임을 농가가 부담하고 나면 남는 게 없어요. 올해는 작목반 회의를 통해서 b업체와 해요.(D 농가)"

하지만, 이러한 수출 경험은 긍정적인 요인으로 작용하고 있어서, 지속적으로 수출에 참여하고, 앞으로 수출 개선 방안도 농가 스스로 모색하는 동기로 작용하고 있다.

"작년(2014년)이 (수출)처음이어서 그 쪽 바이어가 만족하는데, 애쓰지 못했어요. 작년에 대프니스 처음이어서 품종 특성도 잘 몰랐지. 올해는 작년 경험이 있어, (수출)경험 쌓여서 계속 수출할 거예요.(E 농가)"

4) 제 4주제 모음: '까다로운' 토마토 수출

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들이 수출하면서 겪는 어려움을 나타낸다. 먼저 정선군 토마토 수출 농가들은 농업 인력부족의 어려움에 직면하고 있다. 이러한 농업 노동력 부족은 농가 인구 및 농업 취업자 수 감소, 계절성 등 농업노동의 특징 때문에 발생하고 있으며, 과거에는 농가간의 노동 협력을 통해 노동력을 확보했으나, 현대 농촌에서는 고용을 통해 농업 노동력을 확보하고 있다(Jang and Lee, 2011).

하지만 인력 부족을 겪고 있는 농촌에서 6%씩 상승하고 있는 농업 노동 임금은 개별 경영주에게 상당한 부담이 되고 있다. 따라서 수확 노동력 부족은 수출량을 한꺼번에 늘릴 수 없는 장애요인으로 작용하고 있다.

> "일하는데 사람이 없어서 힘들어요. 부부가 0.6ha 해요. 근년에는 서울에서 귀농한 아줌마(월급제로, 월 180만원 지급)가 도와줘서 3명이 같이 해요.(F 농가)"

또한 수출용 토마토는 국내 판매용 토마토와 규격이 다르다. 실제로 정선군 토마토 수출 농가들의 경우 국내 판매용 토마토는 L 사이즈로 키우기 위해 한 그루당 3개 정도, 수출용 토마토는 M 사이즈(130~200g)로 키우기 위해 한 그루당 4~5개 달리게 하고 있다. 그리고 사용할 수 있는 농약 등의 종류가 정해져 있어서 국내 판매용 토마토보다 까다롭게 재배되고 있다.

하지만 작목반내에서 공동선별과 자체 품질관리를 하고 있음에도 불구하고, 수출용으로 부적합한 토마토가 섞여서 클레임(Claim)이 발생하고 있다. 이렇게 작목반에서 결정한 수출 물량을 채우지 못했을 때 해당 농가는 미안함을 느끼고 있다.

> "토마토는 익는 과정이 까다로와. 배꼽이 불그스레 한 것 따야지.(D 농가)"

> "토마토 비료 주다가 보면 비료 물 들어가서 토마토 굵어져요. 오늘은 수출용, 내일은 가락용 구분해서 따는데, 토마토는 너무 굵어져요. (수출)물량 덜 나오면 작목반에 미안해요.(C 농가)"

이와 같이 '까다롭게' 재배되고 있지만, 이에 소요되는 비용과 클레임(Claim)으로 수출국가에서 발생하는 폐기 비용까지 농가가 부담해야 한다. 이것은 해당 농가들의 경영비 부담이 되고 있다.

> "올해부터 더 강화되었어요. 농약 잔류량, 토양 수질검사 등은 인증기관에 돈을 주고 의뢰해야 해요. 보통 한 건에 20만원 소요돼요. 이는 전적으로 농가가 부담해요.(G 농가)"

> "수출은 정말 어려워요. 클레임 걸면 당할 수밖에 없어요. 이런 농법으로 해서는 수출할 수 없어요.(A 농가)"

5) 제 5주제 모음: '안심'할 수 있지만, '수수료만 먹고 있는' 농협을 통한 토마토 수출

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들의 농협에 대한 만족/불만족 요인을 나타낸다. 정선군 토마토는 작목반 → 지역 농협 → 연합사업단 → 수출업체 → 일본 수출의 과정을 거치고 있다. 이와 같이 정선군 토마토 수출 농가들은 (농협중앙회의)연합사업단을 통해 수출 계약을 하고, 수출업체는 연합사업단에 대금을 지급해 준다. 그리고 지역 농협으로 송달한 후 각 농가별로 공동정산을 하고 있다.

물론 각 작목반 농가들은 수출업체간 직거래를 원했지만, 작목반 회장이 a업체 대금결제 안 됐을 경우에 대비해서 연합사업단을 통해서 계약했다. 수출업체도 농가와 직접 계약하고 싶지만, 작목반 임원들의 책임과 위험부담과 대금 결제를 확실히 하기 위해 연합사업단을 통해 계약하고 있다(정선군 농업기술센터 담당자 인터뷰에 의함).

또한 수출업체가 수출대금을 지급하지 못할 경우, 연합사업단이 정산해 줘야 하는 수출계약에서 지역 농협은 위험부담을 해소시키고 있다. 이러한 안정적 수출대금 확보 대가로 각 수출농가는 연합사업단에 0.5%의 수수료를 부담하고 있다.

> "연합사업단 들어가니까 지역 농협 부담이 없어요. 수출업체에서 정산 못해도 연합사업단에서 정산해 줘요.(E 농가)"

한편 정선군 토마토 수출농가들이 농협을 통해 수출하는 이유는 수출 선도금을 영농자금으로 이용하기 위해서이다. 이러한 농협의 경제적 지원은 수출 농가들에게 도움이 되지만, 지역 농협에서 수출 농가의 농장을 방문하여 경영컨설팅 등의 노력을 하고 있지 않다. 따라서 해당 농가들은 지역 농협의 지원에 '편리함'을 느끼고 있지만, 농협의 적극적인 역할 부족에 대해 '서운해' 하는 '양면성'을 느끼고 있다.

> "(수출)보조 농협에서 해줘요. 3월에서 11월까지 무이자로 농약을 갖다 쓸 수 있어요. 천만원 외상 정해 놓으면 그 안에서 쓸 수 있어요. 11월 넘어서 농약비 못 갚으면 그 때 이자 생겨요. 농사지

을 때 편리 봐줘서 고마워요.(C농가)”

“농협을 통해서 해요. 선도금을 받으려고. 그런데 선도자금은 연합사업단으로 들어가야 받을 수 있어요. (지역)농협이나 연합사업단에서 한번 와보지 않아요. 농협은 수수료만 먹고 있어요.(G 농가)”

6) 제 6주제 모음: 일본 말고 ‘다른 나라’ 개척해야 하는 토마토 수출, 그러나 ‘포기할 수 없는’ 일본 시장

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들의 한정되어 있는 수출국가 개척 요구사항을 나타내고 있다. 특히 엔저 현상으로 인해 수출 어려움을 겪은 정선군 수출 농가들의 경우, 이에 대한 대비책으로 타 국가와의 토마토 수출 확대를 요구하고 있다.

A수출업체 또한 엔저로 인한 수출 어려움을 박리다매(薄利多賣) 식으로 해결하고 있다. 즉 한꺼번에 많은 양을 수출하여, 수출 물류비를 절감하고 있다(a수출업체 담당자 인터뷰에 의함). 그리고 정선군은 엔저로 수출 어려움을 겪고 있는 농가들에게 물류비(‘엔저특별지원’)를 지원하고 있다.

“앞으로 살 길은 일본뿐만 아니라 중국도 가고 싶어요. 올해 군에서도 중국쪽 이야기 해 본다고 했어요. 그래도 중국 뚫기 힘들어요. 일본처럼 잘 되지 않고 있어요. 도와 농협이 협력해서 수출국, 수출물량 확대해주면 농가 늘려서 조직화 할 수 있어요.(F 농가)”

하지만 정선군 토마토 수출을 하고 있는 a수출업체의 경우, 일본으로의 수출을 선호하고 있다. 왜냐하면 일본 토마토 재배면적은 줄고 있는데, 수요량은 많고, 가장 가까운 한국 토마토를 선호하고 있기 때문에, 일본은 충분히 매력적인 시장이기 때문이다.

“정선군 농가들이 중국 수출 원하지만, 어려울 걸요. 우리나라 농가가 중국으로 수출하면, 중국으로부터 수입하는 양이 더 많을 거예요. 일본 시장 장악도 힘든데, 중국 보는 것 힘들어요. 일본 시장 구축 후 서브로 중국으로 수출할 것을 제안합니다.(a수출업체 담당자 인터뷰에 의함)”

또한 이러한 수출국 개척은 농가들이 제안해야 정선군에서 지원할 수 있다. 왜냐하면 이와 같은 수출국 판로 확대는 Bottom-Up 방식으로 농가들이 먼저 제안해야 행정적 지원이 가능하고, 이럴 경우 농가들의 정책적 지원 만족도 또한 높기 때문이다.

“수출국 개척은 농가들이 제시해야 군에서 지원해 줘요. 지자체에서 제안이 아니라 농가에서 원하는 대로, 농가가 방향을 가져오면 지원을 해줘요.(정선군 담당자 인터뷰에 의함)”

7) 제 7주제 모음: ‘고마운’ 리더와 함께하는 토마토 수출

이 주제는 정선군 토마토 수출 농가들의 자발적인 노력과 강력한 수출 의욕을 나타내고 있다. 정선군 토마토는 다른 작목에 비해 면적도 적고, 총 농가수도 100명이 안되지만, 지금과 같이 수출이 가능한 이유는 ‘리더들’의 노력에 의해서, 자생적으로 성공했기 때문이다. 그리고 a수출업체는 각 개별 농가별로 일일이 업체의 요구사항 전달이 어렵기 때문에, 작목반 대표와 총무에게 중요사항을 전달하고 있다.

“작목반장이 계속 연임하고 있어요. 누가 이 힘든 일을 하려고 하나! 어른들 모아 놓으면, 뭐 시키면 말 안들어요. 작목반장이 (수출보조)사업을 잘 따와요.(C 농가)”

특히 정선군 토마토 농가들의 경우 자발적인 농가조직화가 이루어져 왔다. 이러한 경험으로 수출에 참여하고 있는 농가들은 공동선별·공동정산 시스템을 구축하고 있다. 그리고 실제로 경제적 효과가 발생하고 있다.

예를 들어, 화암면 토마토 수출 16농가가 개인 선별할 경우, 농가 당 2명씩 고용한다면 총 32명을 고용해야 한다. 하지만 공동선별을 하고 있어서 총 8명만 고용하면 된다. 이들은 월급제로 근무하고 있으며, 급여는 선별비(1,000원/10kg)와 작목반 기금으로 충당하고 있다.

“하우스 짓고, 똑같은 품목 들어 가니까. 그래서 (작목반)결성했어요.(B 농가)”

“토마토는 매일 따야 해서 힘들어요. 출하때문이에요. 개인선별하니까 시장에서 안 알아줘요. 토마토 이래서 안되겠다 싶어서 공동선별, 공동계산하자고 했어요.(F 농가)”

V. 요약 및 결론

1995년 출범한 WTO와 FTA 체결 등으로 인해 모든 분야에 걸쳐, 세계경제는 긴밀하게 하나의 시장으로 통합되어 가고 있다. 그리고 우리나라 농식품 시장의 개방이 가속화 될 전망이어서, 이러한 시장 개방은 농가들에

게 자구적인 노력을 요구하고 있다.

물론 토마토를 포함한 신선 과채류는 식물검역 문제가 있어 수입허용 품목 및 허용지역 이외에는 수입이 금지되어 있다. 하지만 향후 재배 기술의 발달 등으로 해당 과채류의 수입은 언제든 가능하고, 이와 같이 수입 과채류가 국산 과채류의 대체재가 될 경우 국내 과채류 농가들의 소득은 감소할 것이다.

따라서 새로운 수요개척의 중요한 수단이며, 국내 농식품 가격지지 효과(Jin and Park, 2014)를 가지고 있는 농산물 수출 확대는 농가 소득 향상 방안이 될 수 있을 것이다. 물론 시장 개방하에서 농가소득 향상을 위해서는 다양한 요인을 고려한 대응방안이 필요하다. 이를 위해 본 연구에서는 수출 농가들의 경험을 이해함으로써 그들의 수출동기 및 애로사항, 요구사항 등을 파악한 측면에서 개선방안을 살펴보았다.

이러한 맥락에서 본 연구에서는 수출 시행단계에 있는 정선군 토마토 수출 농가들을 대상으로 목적적 표본추출을 하였고, 주제 분석(thematic analysis)을 실시하였다. 연구결과 및 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 정선군 토마토 재배농가들은 자발적인 농가 조직화를 통해, 총 100명 미만 농가들이 재배하고 있는 품목임에도 불구하고, 지자체의 적극적인 지원을 통한 수출품목으로 선정되었다. 하지만 수출에 참여하고 있는 농가는 총 32명이고, 총 수출 물량도 30톤에 그치고 있다.

이것은 경남 함안군 1농가의 최대 수출 물량의 1/3 수준이다. 이와 같은 영세한 농가규모로는 정선군 토마토 수출 경쟁력 및 수출 확대가 어려울 수 있다.

따라서 정선군 토마토의 상품화 수준을 향상시키고, 거래 교섭력을 강화시키기 위해서는 정책적 공감대를 형성하고, 강력한 조직력에 바탕을 둔 산지 규모화가 필요하다. 이를 위해서는 산지유통 비중이 크고, 그 이익이 농가에 직접 분배되는 조직인 농협의 적극적인 역할이 필요하다.

왜냐하면 현재 정선군 토마토 수출 농가들은 지역농협과 연합사업단을 통해 수출 부담을 경감시키고 있고, 이를 통해 안정적으로 수출에 참여하고 있다. 그럼에도 불구하고 해당 농가들의 경우, 농협에 지급하고 있는 수수료에 대해 부정적인 감정을 나타내고 있다('수수료만 먹고 있는 농협'). 또한 이러한 경험은 농협의 대면접촉이 부족하기 때문인 것으로 나타났다.

따라서 산지유통조직 가운데 가장 대표적 유형인 농협을 중심으로 한 농가 규모 확대 및 조직화가 필요하다. 이를 위해서는 수출 참여 농가들에게 경제적 인센티브를 제공하는 것도 한 방안이 될 수 있을 것이다. 일례로 부채(負債) 농가의 경영 개선 능력 향상을 위한 경영컨설팅 서비스 제공도 고려할 수 있을 것이다.

그리고 교육수준이 낮은 고령층 농가에게 판매처별 가격 정보 및 영농 정보 등을 제공하여 그들의 경영 능력 개선을 도모할 필요가 있을 것이다. 또한 시설하우스 작업으로 인해 발생하는 농부증 예방 및 치료를 위해 수확작업 완료 후 적절한 의료서비스를 제공하는 것도 고려해 볼 수 있을 것이다.

둘째, 다른 지역 토마토 수출 농가들은 수출을 주요 목적으로 재배하고 있으며, 시설 투자를 통한 생산성 증가는 결국 농가소득 향상으로 이어지고 있다. 반면 정선군 토마토 수출 농가들의 경우, 수출보다는 내수 판매 목적으로 해당 작목을 재배하고 있다.

이것은 정선군 토마토 수출 농가들의 시설 투자를 기피하는 요인으로 작용하고 있다. 물론 아직까지 정선군은 고온기에 토마토를 재배할 수 있는 지역적 유리성이 있지만, 여름에 재배되고 있는 토마토는 현재 강원도 지역 농가들 간의 경쟁이 되고 있다. 또한 IT를 기반으로 시설 투자를 적극적으로 하고 있는 다른 지역 농가들에 비해 수출 경쟁력이 약할 수밖에 없다.

따라서 정선군 토마토 수출 확대를 위해서는 내수 판매 또는 수출 판매를 명확히 한 후, 수출 농가를 중심으로 품질 관리와 수출 물량 확보를 고려해 볼 수 있다.

이와 함께 정선군 수출 토마토의 경쟁력 향상을 위해서는 시설 투자가 필요하다. 이러한 시설 투자는 농가의 경영비 부담으로 이어질 수 있어 시설 전환은 어려울 수밖에 없다. 따라서 정선군 수출 토마토의 품질향상을 통한 경쟁력 강화를 위해서는 영농시설 개선과 지원이 필요하다.

셋째, 현재 정선군 토마토는 일본으로 전량 수출되고 있다. 하지만 '까다로운' 소비지 시장인 일본 수출로 인해 비규격품이 발생하고 있으며, 이것은 결국 수출 농가 소득 감소로 이어질 수 있다.

따라서 정선군 토마토 수출 농가들은 중국 및 러시아 등으로 수출 확대를 원하고 있지만, 일본은 '포기할 수 없는' 수출국이다. 현재 일본에 수입되고 있는 신선 토마토의 35.8%를 한국산이 차지하고 있기 때문이다. 한편 일본의 TPP 참가로 가격 경쟁력에서 밀려난 가공 토마토의 경우, 일본 내 생산량은 100% 감소할 것으로 전망되고 있다(http://www.globalwindow.org). 이와 함께 일본의 TPP 참가로 인한 관세 철폐는 우리나라 농식품이 일본시장에 진출할 수 있는 또 한 번의 기회가 될 수 있을 것이다.

이것은 일본에서 정선군 토마토가 경쟁력이 있음을 의미한다. 따라서 이미 한국산 토마토 수출 기반이 마련되어 있는 일본과 신흥 수출국인 중국, 러시아 등과의

수출 확대를 위해서는 강원도 토마토 수출 지역의 네트워크화 구축을 통한 '수출 시장 Two-Track 전략(특정 중점품목, 특정 중점지역)'을 수립할 필요가 있다.

하지만 기후적 우위성을 가지고 있는 강원도 토마토 재배 지역 간의 경쟁이 심화되고 있고, 서로 네트워크화는 전혀 이루어지지 않고 있는 실정이다. 일례로 정선군 인근의 평창군 진부면 '밸리토마토작목반' 역시 토마토를 일본으로 수출하고 있지만, 정선군 토마토 수출 농가들과 연합체계 구축은 이루어지지 않고 있다.

따라서 강원지역 토마토 수출 농가들의 네트워크화를 통해, '(가칭)강원도 토마토 수출연합회' 결성을 고려해 볼 수 있을 것이다. 이를 통해 동일한 수출업체 선정으로 거래 교섭력이 향상될 수 있을 것이며, 수출국 시장을 토마토 품질별로 구분하는 양분화가 가능할 것이다. 그리고 각 수출국 특징별로, 강원도 토마토 수출을 위한 판촉활동의 차별화 전략이 가능해 질 수 있을 것이다. 또한 토마토 수출 물량 확보로 토마토 수출 농가들의 가장 큰 부담이 되고 있는 물류비 부담도 경감 시킬 수 있을 것이다.

결론적으로 정선군 토마토 수출 확대를 위해서는 농협을 중심으로 한 강력한 농가 조직력을 바탕으로, 수출물량 확보가 이루어져야 한다. 그리고 '수출 시장 Two-Track 전략(특정 중점품목, 특정 중점지역)' 수립에 따른 수출인프라와 수출활동 운영시스템을 구축해야 하며, 이를 위해서는 강원지역 토마토 수출 농가간의 연대가 선행되어야 할 것이다.

본 연구는 정선군 토마토 수출 농가의 경험을 주제분석한 질적 연구이다. 따라서 특정 상황에 대한 심층적인 자료를 제공하여 비슷한 맥락에 있는 대상의 이해에 도움을 줄 수 있으나, 연구결과를 일반화하는데 오류가 발생할 수 있다(Na, 2006).

그리고 수출에 참여하고 있는 농가들의 마을 또는 작목반 등 농가조직 등의 특성을 파악하는 것이 필요함에도 불구하고 이 부분은 수행하지 못하였다. 이러한 수출참여 농가조직의 특성을 파악하는 것은 추후 연구과제로 남겨둔다.

이러한 한계에도 불구하고, 아직까지 수출 성숙도 구분에 따른 수출 참여 농가들에 대한 연구가 매우 부족한 상황에서, 본 연구의 결과를 바탕으로 다른 연구자들에 의해 연구가 이어질 수 있는 설명의 토대를 제공하는데 그 의의가 있다고 하겠다.

주1) 농식품 수출 중단 시 국내 농식품 가격에 미치는 영향을 GTAP(Global Trade Analysis Project) 모형으로 분석한 결과, 채소·과일의 가격지수는 5.9% 하락하는 것으로 나타났다(Park et al., 2012).

주2) 정부는 이러한 정책적 목표 달성을 위해 지리적으로 가까운 일본 시장에 대한 마케팅 강화, 방울토마토 중심에서 완숙토마토 수출 확대, 수출 물량을 안정적으로 확보하기 위한 계약재배와 토마토 원예생산전문단지 지정 확대 등을 제시하였다.

주3) 현재 토마토는 김치를 제외하고, 파프리카, 채소종자, 딸기, 고추에 이어서 5번째로 수출물량(금액)이 많은 품목이다.

주4) 일본은 자국의 농업 및 환경보호, 안전농산물의 확보와 자국민을 보호하고, 검역강화를 일종의 기술장벽으로 활용하기 위하여 2006년에 포지티브 리스트 제도(Positive List System)를 도입하였다. 이것은 식품별 유해물질의 잔류허용기준 리스트를 설정하고, 허용기준을 초과하는 식품의 일본 내 수입·유통·판매를 금지하는 제도이다(Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation and Tomato Exports Research Agency, 2009).

주5) 하지만 토마토 케첩의 경우 국내 생산 토마토를 가공하는 것이 아니고, 페이스트 형태로 해외에서 수입한 후에 국내 식품회사에서 케첩으로 2차 가공하여 수출하고 있다. 우리나라의 토마토 수입은 주로 토마토 페이스트와 조제·저장처리된 토마토로 꾸준히 증가하고 있다. 2014년은 전년보다 10% 증가하였다(54,000톤).

주6) 정선군의 '토마토 전문수출단지' 육성은 시설과채류 주작목인 토마토 수출로 농가소득 안정과 외식산업 변화에 따른 능동적 대처로 대외경쟁력 강화를 목표로 하고 있다. 정선군 2개 권역 가운데 화암면은 '비교우위 경쟁력 지원사업'으로, 북평면은 '신선농산물 수출규격화 생산시범'사업으로 각각 지원하고 있다.

주7) 두 지역 농가들의 작목반 결성 현황을 살펴보면, 북평면은 솔돌작목반과 장열리 토마토 작목반이 합쳐져서 2011년에 여량농협공선출하회를 결성하였고, 공선회 소속 농가는 20명이다. 반면 화암면 토마토 작목반은 1990년에 물레방아·양지·화암시설채소법인 작목반이 합쳐져서 설립되었으며, 2004년부터 공동선별을 실시하고 있다. 현재 16농가가 소속되어 있다.

주8) 예를 들어 '이 연구가 얼마나 믿을 수 있는가?'의 문제를 해결하기 위해서 Lincoln·Guba(1985)는 신빙성(신뢰성), 적합성, 감시가능성, 확증성을, Maison(2002)은 타당성, 일반화 가능성, 신뢰도를, Becker(1993)는 신빙성, 적합성, 감사성을 각각 제안하였다. 하지만 이러한 분류는 비슷한 흐름을 보이고 있다(Jo, 2005).

주9) 본 연구는 연구참여자의 면담 내용을 정리한 녹취록과 분석방법을 공동연구자에게 전해주고, 매주 5번씩 약 3개월에 걸쳐 분석단계별로 각자 분석한 내용을 이야기 하고, 충분한 토의를 거쳐 정리하는 방법으로 진행되었다.

주10) 자료삼각검증은 다른 지위나 위치에 있는 사람들을 면담하거나 다른 견해를 가진 사람들을 면담함으로써 가능하다(Denzen, 1994).

주11) 따라서 최종적으로 본 연구의 목적을 이해하고, 최종적으로 연구 참여에 동의해준 참여자는 모두 10명이다(농가 7명, a수출업체 담당자 1명, 정선군청 및 정선군 농업기술센터 수출업무 담당자 각 1명).

주12) Mason(2002)의 타당도(dependability)는 반복해서 조사했을 때도 같은 결과가 나오는 것을 의미하고, 이것은 감사가능성으로 확인할 수 있다(Jo, 2005).

주13) 이와 같은 연구결과의 엄밀성 확립을 위해, 본 연구에서는 Kwon·Yi(2013), Shin et al.(2011), Park·Yi(2011), Yi·Hwang(2011) 등 선행연구를 참조하였다.

주14) 지면의 한계가 있어서 본 연구에서는 2~3명의 응답내용을 기술하였다. 본 연구 참여자들의 상세한 인터뷰 내용을 저자에게 요청할 경우 제공할 수 있다.

주15) 춘천지역은 1톤 차 기준으로 23만원이고, 화천군은 1파렛트 당 7만원의 물류비가 발생하고 있다. 수출용 (신선·냉장)토마토의 수출 물류비 지원성과를 살펴보면, 지원금액과 수출 물량·수출금액의 상관관계는 통계적으로 유의성이 있다(Kim and Kim, 2011). 따라서 정선군 토마토 수출 농가들의 경영비 부담이 되고 있는 수출 물류비 지원은 해당 품목의 수출 확대로 이어질 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구는 '2014년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원(NRF-2014S1A5B5A02012609)으로 연구하였으며, '강원농산어촌미래포럼 제152차 정기세미나'에서 발표한 내용을 수정 및 보완한 것임.

References

1. Brantlinger, E., Jimenez, R., Klingner, J., Pugach, M., & Richardson, V. (2005). Qualitative studies in special education, Exceptional Children, 71, 195-207. Abstract/FREE Full Text
2. Braun, V. and Clarke, V. (2006) "Using Thematic Analysis in Psychology", 『Qualitative Research in Psychology』 3(2): 77–101.
3. Cha, J. K., Kim, H. J., and Kim, H. S. (2013) "A Study on Schizophrenic`s Experience in Election Participation", 『health and Social Welfare Review』 33(1): 664-694.
4. Choi, B. Y. (2010) "An Analysis of Critical Success Factors in Export of Tomatoes Japan", 『Korean Journal of Food Marketing Economics』 27(2): 105-126.
5. Cui, H. H., Gim, U. S. and Kwon, Y. D. (2011) "An Analysis of Imported Fruit Consumption Behavior in Chinese Households", 『Korean Journal of Agricultural Management and Policy』 38(1): 78-95.
6. Eor, M. K., Kim, K. P., Jeon, H. J., Moom, H. P. and Lee, J. Y. (2011) 『A Study on the Agricultural Export Promotion Strategies』, Korea Rural Economic Institute.
7. Exercise Program by the Elderly with Fall Experience", 「Qualitative Research」 12(2), 115-125.
8. Fry, G., Chantavanich, S. and Chantavanich, A. (1981) "Merging Quantitative and Qualitative Research Techniques: Toward a New Research Paradigm", 『Anthropology and Education Quarterly』12(2): 145~158.
9. Im, J. B., An, D. H. and Sung, J. H. (2011) "Factors Influencing the Exports of Horticultural Sector In Korea", 『Korean Journal of Agricultural Management and Policy』 38(1): 60-77.
10. Jang, M. K. and Lee, J. H. (2011) "The Study on the Agricultural Labor Supporting System of Marketing Organization and the Case Analysis in Japan and Korea", 『Korean Journal of Food Marketing Economics』 28(4): 109-128.
11. Jeongseon, 『Statistical Yearbook』, Each Year.
12. Jo, S. N., Lee, H. J., Joo, Y. J. and Kim, N. Y. (2011) 『Qualitative Research Design and Practice』, Green Press.
13. Jo, S. Y. (2005) Qualitative Research: focused on 1:1 interview, Qualitative Research.
14. Kim, H. H., Kwon, O. S. and Nam, D. H. (2009) "Analysis of Trading Fruits Using Gravity Model in South Korea", 『Rural Economy』 32(3): 47-70.
15. Kim, K. P. and Kim, S. H. (2011) "The Analysis on Governmental Subsidizing Program for the Distribution Cost of Agro-food Exportation", 『Journal of Agricultural Science』 38(1): 173-181.
16. Kim, K. P., Han. H. S. and Kim, J. S. (2010) "Analysis of the Cases of Agricultural Export to Russian Far East", 『Journal of Agriculture & Life Sciences』 44(6): 213-222.
17. Kim, K. P., Kim, Y. J. and Han, H. S. (2008) 『Analysis of High Potential Agricultural Export Market and Korea's Proper Responses: Centered around Russia』, Korea Rural Economic Institute.
18. Kim, Y. C. (2011) 『Qualitative Research Methodology Ⅰ Bricoleur』, Academy Press.
19. Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation and Tomato Exports Research Agency (2009) 『Overseas Market Conditions and Export Strategy on Tomato: Japan, Taiwan』.
20. Korea Rural Economic Institute (2013a) 『2013 Agricultural Outlook』.
21. Korea Rural Economic Institute (2014) 『Analysis of Changes in Fruits Consumption Patterns and their Reasons: Focused on the Effects of Imported Fruits』.
22. Korea Tomato-Party Inquiry (2009) 『2009 Tomato

Environment-friendly Agriculture Complex Development Project Guidelines』.
23. Kwon, J. S and Chung, I. J (2014) “A Qualitative Study on the Practice Experience of Social Workers in Foster Care Center”, 『Korean Journal of Family Social Work』 43: 5-36.
24. Lee, C. W and Cho, S. E (2001) “A Qualitative Research on the Leisure Satisfaction and Constraint of the Youth”, 『Journal of leisure and Recreation Studies』 21: 179-194.
25. Lincoln, Y. and Guba, E. (1985) 『Naturalistic Inquiry』, Sage.
26. Moon, H. P., Kim, K. P., Eor, M. K. and Lee, J. Y. (2012) “Determinants of Fresh Produce Exporters and Analysis of the Effects of Support”, 『Rural Economy』 35(1): 69-90.
27. Park, G. H., Kim, K. P., Lee, B. H., Heo, S. Y. (2013) 『Study of Comprehensive Mid-to-Long Term Promotion of Agricultural Food Product Export: Focus on Measures to Attain the Stable Export Volume and Expand the Export Markets』.
28. Park, G. H., Lee, G. I, Kim, K. P., Lee, D. S. and Heo, S. Y. (2012) 『Policy support systems reorganization plan for the increase of the value-added agri-food exports』, Korea Rural Economic Institute.
29. Park, J. D. (2006) “Regional Agricultural Development and Innovation in Regional Agricultural Policy”, 『Regional and Agriculture』, 1: 23-33.
30. Park, K. O. and Yi, M. S. (2011) “Nurses’ Experience of Career Ladder Programs in a General Hospital”, 「Journal of Korean Academy of Nursing」 41(5): 581-592.
31. Park, S. M. and Kim, H. G. (2003) “Experience of Cervical Cancer Screening among Menopausal Women”, 『Korean Journal of Women Health Nursing 』 9(1): 28-38.
32. Sandelowski M. (1986) “The problem of rigor in qualitative research”, 『Adv NursSci』 8(3): 27-37.
33. Shin, K. R., Kang, Y. H., Jung, D. Y., Kim, M. Y., Lee, E., Yun, E. S., Kim, Y. J., Ma, Y. W. and Oh, S. J. (2011) “Re-participation Experience of
34. Tomato Exports Research Agency and Ltd. Yikeyi Trade (2013) 『2013 Japanese Export Strategy and Market Analysis』.
35. Yi, H. M and Kim, M. Y (2014a) “A Case Study on Farmers` Participation in Farmland Bank: Focusing on Long-term Leasing Business of Farmland in Gangwon Province”, 『Journal of Korean Society of Rural Planning』 20(3): 55-66.
36. Yi, H. M and Kim, M. Y (2014a) “A Case Study on the Farm Revival Program Conducted by Farmland Bank in Gangwon Province”, 『Journal of Korean Society of Rural Planning』 20(3): 201-212.
37. Yi, M. S. and Hwang, S. C. (2011) “Feminist Phenomenology on the Life Experiences of Young Korean Women with Attempted Suicide”, 「Korean Journal of Adult Nursing」 23(2): 123-134.
38. 農林水産省 (2009) 『農林水産物等の輸出促進について』.
39. 農林水産省 (2013) 『2012 輸出倍増リード事業のうち国別マーケティング事業』.
40. http://faosta.fao.org
41. http://kosis.kr
42. http://www.globalwindow.org
43. http://www.kati.net
44. http://www.maff.go.jp
45. http://www.maff.go.kr
46. http://www.nihhs.go.kr

- Received 13 August 2015
- First Revised 7 September 2015
- Second Revised 16 September 2015
- Finally Revised 24 September 2015
- Accepted 24 September 2015