

베트남 공정무역의 발전*: 공정무역조직 사례연구

김선화** · 황선영*** · 응우엔하프엉**** · 장승권*****

국문초록

본 논문은 베트남의 공정무역조직들의 발전 사례를 통해 현재 베트남 공정 무역의 현황과 특수성, 그리고 시사점을 토론한다. 베트남은 사회주의 시장경제 하에 급격한 경제성장을 이뤄왔으나 동시에 빈부격차의 문제도 겪고 있다. 소수민족이나 산간지역의 농업분야 생산자들의 빈곤문제가 커져가고 있다. 초기의 공정무역은 북반구 자선단체나 개발협력단체들에 의해 도입되었고 지금도 그들이 주도한다. 이에 비해 베트남의 경우, 1990년대 말부터 자발적 동기를 가진 베트남인들에 의해 공정무역이 도입되었다. 이런 측면에서 남반구의 다른 공정무역 생산국과 베트남 사례는 다르다. 이 과정에서 공정무역조직들은 다양한 방식으로 공정무역을 실천하고 있었다. 공정무역 생산국에 관한 연구는 주로 아프리카와 남미를 대상으로 하고 있으며, 주제 또한 생산자들에게 미치는 영향에 관한 것이었다. 생산국의 공정무역조직을 분석하고 이들이 공정무역을 시작하게 된 동기와 발전과정을 연구한 것은 많지 않다. 본 연구

* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구입(NRF-2017S1A2A3055559)

** 제1저자, 성공회대학교 대학원 협동조합경영학과 박사수료,
pugn2007@naver.com

*** 공동저자, 성공회대학교 대학원 협동조합경영학과 석사과정,
seonny77@gmail.com

**** 공동저자, 성공회대학교 대학원 협동조합경영학과 박사수료,
nguyenhaphuong3891@gmail.com

***** 교신저자, 성공회대학교 경영학부 교수, serijang@skhu.ac.kr

는 베트남 공정무역조직들을 사례연구를 통해 분석하고, 이로부터 도출되는 조직의 특수성을 통해 현재 베트남의 공정무역을 설명하고자 한다. 본 연구는 베트남에서 전개되고 있는 공정무역에 대한 이해를 돕고, 공정무역 생산국에 관한 연구에 기여할 수 있을 것이다.

주제어: 공정무역, 베트남, 공정무역조직, 사례연구

I. 서론

공정무역(Fair Trade)은 1940년대부터 무역을 통해 아프리카, 남미, 아시아 지역의 빈곤한 생산자들의 삶을 개선하고자 시작되어, 현재 전세계에서 10조원 이상의 시장을 형성하고 있다(Fairtrade International 2017a). 아시아와 태평양 지역의 공정무역 생산자와 노동자는 세계 전체의 15%를 차지한다(Fairtrade International 2017b).¹⁾ 베트남에서는 2000년대 초반부터 수공예, 커피, 카카오, 견과류, 과일, 차, 향신료를 중심으로 공정무역에 참여하고 있으며, 최근 몇 년간 참여 조직의 수가 크게 증가했다(Project Promoting Fair Trade in Viet Nam 2015).

본 연구자들은 한국의 공정무역을 가치사슬을 통해 연구하거나(장승권 외 2016), 공정무역에 참여하는 한국의 소비자생활협동조합에 대한 사례연구를 하였다(조수미 외 2016). 그리고 한국과 공정무역 거래를 하고 있는 필리핀, 네팔, 동티모르 등의 아시아 국가의 공정무역 생산자에 대한 선행 연구를 검토하였다(엄은희 2010; Hutchens 2010; Makita 2015; Makita et al. 2017). 최근 한국의 공정무역 시장에도 베트남의 공정무역 제품이 들어오기 시작하면서 현

1) 아시아의 공정무역 생산자들이 받는 공동체 지원금은 전체 지원금의 10%를 차지한다(Fairtrade International 2017b).

황과 변화에 대해서 궁금했지만, 기존 연구문헌 중에서 베트남의 공정무역에 대한 연구를 찾기는 어려웠다. 이상율(2016), 이승철 외(2016), 지호철 외(2017) 등 경제지리학 분야의 연구성과는 주로 베트남의 커피 생산지에 초점을 두고 있으며, 베트남 공정무역의 전반에 대한 연구는 희소하다.

이러한 점들이 본 연구자들이 베트남 공정무역의 발전에 대한 연구를 시작하게 된 주요 동기이다. 베트남의 공정무역 발전 사례는 몇가지 점에서 특이하고 학술적 가치가 있다고 판단한다. 첫째, 베트남의 사회주의 시장경제체제에서의 공정무역 발전사례를 보여준다. 이는 남미와 아프리카의 시장경제기반 공정무역 생산국과는 다른 양상을 보여준다. 베트남은 사회주의국가에서 개방경제 체제를 도입하면서 사회주의와 자본주의가 혼재되어 있는 상태로 경제성장과 사회변화를 꾀하고 있다. ‘도이머이’ 이후 중산층의 증가나 빈곤의 감소와 같은 긍정적인 변화가 나타나고 있다(이한우 외 2017).

베트남은 인구 약 9,270만명의 다민족국가이다(United Nations 2018). 전체의 약 86%를 차지하는 킨(Kinh)족을 비롯한 54개 민족이 한 국가를 이루고 있으며, 전체 인구의 약 3분의 2가 농업에 종사하고 있다. 농업은 베트남 총 GDP의 약22%를 차지하고 있으며 국가경제에 주요한 산업이다(Viet Nam - EFTA Joint Study Group 2011). 그러나 가속화되고 있는 산업화와 도시화, 그리고 기후변화로 인해 베트남 농민들은 빈곤과 실업문제를 겪고 있다(Project Promoting Fair Trade in Viet Nam 2015; 채수홍 2013). 빈곤한 농민의 상당수는 농업 외에는 수입원이 없는 경우가 대부분이며, 시장에 대한 접근성이 낮아 현지상인을 통해 대부분의 생산물을 유통시키고 있다. 이는 베트남 농민들의 빈곤을 더욱 악화시키는 요인이다. 최근 베트남 정부는 어려움에 처한 농민들의 문제를 해결하는 한편 국가 주요산업인 농업의 지속가능한 개발을 위해 공정무역에 관심을 갖기 시작했

다(Viet Nam News 2016/10/24). 이런 배경 때문에 공정무역 생산국인 베트남 사례에 주목할 필요가 있다.

둘째, 베트남의 경제발전과 함께 수출을 통해 경제사회 문제를 해결하고자 하는 여러 주체들이 전략적으로 공정무역을 선택하기 시작했다는 점이 중요하다. 베트남은 비교적 최근에 공정무역에 참여하기 시작했으며, 이는 베트남인들의 내부 동기에 의해 시작된 측면이 강하다. 베트남의 공정무역은 1996년, 생활조건이 열악하고 빈곤한 소수민족을 지원하고자 설립된 크래프트링크(Craft Link)에서 시작되었다고 평가된다.²⁾ 2000년 중반 이후 생산자협동조합이나 그룹들이 국제공정무역기구(FI, Fairtrade International)의 인증을 받고 공정무역에 참여하기 시작했고, 하노이와 호치민을 기반으로 공정무역 수공업품을 수출하는 조직이 생겨나기 시작했다. 허츨스(Hutchens 2009)는 남반구의 많은 대안무역조직(ATO, Alternative Trade Organization)들이 북반구의 개발조직들의 도움을 받아서 설립되었다고 설명한다. 하지만 베트남의 경우 해외의 다양한 경로를 통해 여러가지 지원을 받더라도 베트남인들이 주도하여 공정무역을 실천하는 경향을 보이고 있다. 공정무역의 주요 생산지는 남미와 아프리카이다. 아프리카나 남미의 생산지는 대부분 유럽이나 미국의 식민지였거나 초국적기업들이 만든 대형 플랜테이션으로 인해 노동자들이 고통을 받는 지역이며,³⁾ 유럽과 북미 지역 사람들의 부채감이 깃들어 있는 곳이다. 그간의 공정무역 생산국들과의 거래는 공정무역 소비국 소비자들의 책무감에 기인했다면, 베트남 사례에서는 자발적으로 자국 생산자와 소외된 사람들의 삶을 향상시키기 위한 내부 동기로 공정무역을 시작하려는 경향을 볼 수 있다.

2) 본 연구자들이 면접한 대부분의 베트남 공정무역 관계자들의 설명이다.

3) 바나나가 북반구의 소비를 위해서 가난한 남반구에서 생산되는 대표적인 '식민지 농작물(colonial crop)'로서 대부분이 플랜테이션에서 재배되고, 소수의 다국적기업에 의해 거래된다(Raynolds 2007).

셋째, 아시아 생산국, 그중 베트남의 공정무역 연구는 거의 없다. 공정무역 생산지에 관한 연구는 주로 아프리카와 남미에서 이루어졌으며, 아시아 지역에 관한 연구는 많지 않다(Makita et al. 2017). 공정무역 생산지에 관한 연구는 공정무역이 생산자들에게 미치는 영향에 대한 것이 중심이었다(Keahey 2015; Lyon 2015; Overseas Development Institute 2017; Restakis 2010; Smith 2015). 생산국에서 누가, 왜, 어떤 동기로 공정무역을 촉진하고 있는지에 대한 관심이 크지 않다. 한국에서 수행된 공정무역 관련 연구들도 대부분 소비자의 소비행태에 관한 것이다(김영신 2016; 유소이 2012; 차태훈 외 2010).

위와 같은 연구동기와 기존 연구가 채우지 못한 부분을 고려하여, 본 연구는 베트남의 공정무역조직(FTO, Fair Trade Organization)들을 살펴보고자 한다. FTO란 공정무역 사업과 운동을 함께 수행하는 단체라고 정의할 수 있으며, 대부분의 공정무역 소비국가에서 공정무역의 중요한 주체이다(Davies 2009; Hutchens 2009; Huybrechts 2010; Huybrechts 2012; Nicholls et al. 2005; Reynolds et al. 2007; Barrientos et al. 2007).⁴⁾ 각국의 공정무역을 연구할 때, 시장전체 혹은 개별 소비자의 행위를 분석할 수 있지만, 본 연구는 공정무역을 사업과 운동으로 이끌어 가는 조직인 FTO를 분석단위로 했다.

베트남 FTO들은 공정무역을 확산시키기 위해 생산자를 발굴하고 역량을 강화하기 위한 다양한 활동을 벌이고 있다. 본 연구에서는 베트남 FTO의 주요 행위자들은 어떠한 의도를 가지고 조직을 설립하였으며, 이 조직들은 어떠한 조직 특성을 가지고 있는지를 집중적으로 분석한다. 허즌스(Hutchens 2009)가 주장하듯이 생산국 FTO들 또한 기존의 시장질서를 변화시키면서 생산자를 임파워먼트 시키는

4) 일부 연구자들(Murray et al. 2007)은 공정무역인증기관을 FTO로 명명하기도 하나, 본 논문에서는 공정무역인증기관을 FTO와 구분한다.

역할을 하고 있는지 살펴본다. 베트남에서 언제, 누가, 왜 공정무역에 관심을 갖게 되었고, 어떠한 방식으로 공정무역을 실천하고 있으며, 어떠한 조직형태가 있고, 어떠한 역할을 하고 있는지 파악한다면, 베트남에서 전개되는 공정무역을 이해하고 시사점을 도출하는데 기여할 수 있을 것이다.

본 논문은 다음 순서와 내용으로 기술될 것이다. 첫째, FTO 분석 모형을 도출하기 위하여 공정무역관련 이론과 접근을 검토한다. 둘째, 연구방법과 대상을 상세히 기술한다. 셋째, 베트남의 공정무역을 설명한다. 넷째, 베트남 FTO를 사례연구한다. 마지막으로 연구결과를 정리하고 추후연구과제를 제시한다.

II. 공정무역 이론 리뷰

1. 공정무역의 역사와 두 접근의 발전

초기 공정무역운동은 유럽과 북미의 종교기관, 자선단체, 비영리 조직들을 중심으로 한 대안무역(alternative trade)운동으로 시작되었다. 이들은 남미와 아프리카 등지의 빈곤한 생산자들이 만든 수공예품 등을 수입하며 월드숍(world shop)이나 대안무역조직이 운영하는 매장과 같이 작고 특수한 시장을 중심으로 판매하였다. 1990년대까지의 대안무역조직들은 생산자에게 충분한 이익을 제공하기에는 한계가 있는 모델이었고, 소비자 요구 및 상품의 개발과 질적 측면에서 새로운 접근이 필요한 상황이었다(Tallontire 2000).

1980년대 말, 네덜란드의 솔리다리다드(Solidaridad)와 제휴하며 멕시코의 커피 생산자들과 함께 일하고 있던 활동가는 공정무역 제품이 더 넓은 시장에 참여할 수 있도록 상품 라벨, ‘막스 하벨라르

(Max Havelaar)'를 개발했다. 이후 유럽에서 21개국에서 20개 인증 이니셔티브가 만들어졌다. 1997년에 이 조직들이 모여 '인증기관에 의한 인증기관을 위한' FI를 설립하였다(Hutchens 2009: 64-65). 공정무역 제품인증이 가능해지면서 다국적 기업을 포함한 모든 기업들이 공정무역제품을 취급할 수 있게 되었고, 일반 유통매장에서 판매도 가능해졌다. 이러한 공정무역 제품인증시스템으로 인해 공정무역시장은 급격히 성장하며 주류화(mainstreaming)되었다(Velly 2015).

공정무역 분야를 나누면, 공정무역인증모델은 FI를 중심으로, 그리고 공정무역단체모델은 세계공정무역기구(WFTO, World Fair Trade Organization)를 중심으로 운영되고 있다(Hutchens 2009). 인증을 기반으로 주류화를 추구하는 FI와 FTO들이 모여 있는 WFTO 사이에는 근본적인 철학의 차이가 존재한다. 두 진영이 서로 원칙을 공유하고 있지만, 두 진영은 공정무역에 대한 서로 다른 비전을 갖고 다른 모델을 사용한다. FI 등 공정무역 제품 인증기관들은 공정무역을 기업 개혁의 수단이 될 수 있다고 보지만, 지배적인 시장시스템을 인정한다. 반면 WFTO와 FTO들은 공정무역 원칙에 근거하여 기존 시장의 제도와 가치를 변형시키는 수단으로 공정무역을 본다(Hutchens 2009). 공정무역 분야에서 두 진영의 차이는 보편적으로 수용하고 있다(Nicholls et al. 2005; Reynolds et al. 2015). FTO의 접근에 대해서는 '대안적이지만 작은 길' 또는 '운동지향'으로, 인증기관의 접근에 대해서는 '크지만 관행화된 길' 또는 '시장지향'으로 표현하기도 한다(Velly 2015). 공정무역이 전세계적으로 성장하면서 두 진영 사이에 갈등은 깊어져 왔다(Hutchens 2009: 55).

2. 개혁적 접근과 점진적 접근

허츨스(Hutchens 2009)는 취약한 행위자가 세계 시장의 구조에 변

화를 가져 오는 미시적 프로세스와 권력의 개념을 통합하여 공정무역역을 분석하며, 공정무역운동을 “약한 행위자들을 위하여 시장에서의 권력 관계를 재형성하려는 노력”으로 정의한다. 그는 공정무역을 두 가지 접근으로 구분하는데, 시장의 구조를 변화시키는 개혁적 접근과 더 나은 시스템을 만들기 위해서 자본주의 제도 내에서 변화를 추구하는 점진적 접근이다. 개혁적 접근은 새로운 시장 구조를 변화시키기 위해 새로운 구조나 규칙을 창조하는 것이다. 개혁주의자들은 네트워크를 연결하고 혁신을 통해 오래되고 공식적인 규제를 받지 않는 새로운 구조를 구축하고자 한다. 반면 점진적 접근은 기존의 시스템을 개선하기 위해 부분적으로 변화하는 것이다.

FI와 인증기관들은 점진적 접근을 한다. 글로벌 자본주의 내에 위치하여 대안 모델을 제도화하려는 시도로 볼 수 있다. 이들은 제품에 공정무역인증을 받을 수 있도록 표준과 인증체계를 구축하여 초국적기업은 물론 일반 유통업체들이 일부 제품에 대해 공정무역 인증을 받아서 일반 소매점을 통해 판매하는 것을 가능케 했다. 관행무역을 하는 기업들이 공정무역제품을 판매함으로써 자본주의 체계 내에서 공정무역을 확산하겠다는 시도이다(Hutchens 2009).

반면 FTO들은 개혁적 접근을 추구한다. 허즌스(Hutchens 2009)는 이들을 “급진적이고 대담한 행위자들”로 부르는데, 이들은 혁신적 비즈니스 모델을 가지고 규칙을 재정의 하면서 존재하는 규제를 타파하려 한다. FTO들은 기존 비즈니스 및 공급사슬에서 이익을 얻지 못하는 소규모 생산자를 위한 직거래와 더 나은 거래 조건을 형성해 왔다. 이들은 이익을 극대화하는 것이 아니라, 생산자의 소득과 가치를 극대화하려고 노력해왔다(Nicholls et al. 2005). 대부분의 FTO들은 공정가격, 직거래, 장기계약, 선급금 등의 공정무역 원칙을 준수해왔다. 그리고 개혁적 FTO들은 소유구조 측면에서도 급진적 변화를 꾀해 왔다. 영국의 FTO인 디바인초콜릿(Divine Chocolate Ltd)이

나 네덜란드의 솔리다리다드(Solidaridad)에 의해 설립된 아그로페어(AgroFair)는 개도국 생산자들이 지분 일부를 소유한 기업이다(Hutchens 2009; Nicholls et al. 2005).

허츨스(Hutchens 2009)는 타운젠드 외(Townsend et al. 1999)를 인용하여 공정무역운동의 개혁주의를 설명한다. FTO를 설립하고 변화를 추구하는 공정무역운동의 개혁주의자들은 사회적 규범과 가치에 의문을 제기하거나 거부하고, 자기 삶에 대한 제약에 도전한다. 개혁주의자들은 사회적 제약을 개인 차원 보다는 구조적으로 바라본다. 그리고 혼자서 성취 할 수 없는 것을 다른 이들과 함께 달성 한다.

허츨스(Hutchens 2009)는 두 접근을 공생관계로 보고 있지만, 이들을 분석하는 과정에서 둘 사이에서 다양한 시도를 하고 있는 FTO들의 실천을 간과했다. FTO들은 탄생하고, 성장하고 변화하는 과정에서 글로벌 하게 전개되는 두 접근에 의해 영향을 받는 동시에, 지역적 특수성과 다양한 행위자들의 행위성이 상호작용하면서 복잡한 맥락에 놓인다. 공정무역운동의 두 가지 접근은 서로 분리되어 있는 것이 아니라 이어져 있다. 생산자들이 소유할 수 있는 구조를 만들면서 혁신을 꾀하는 FTO들도 있지만, 이윤 추구를 하는 비즈니스와 유사한 FTO들도 있다. 그리고 많은 FTO들은 공정무역을 증명하기 위해서 FI 인증프로세스에 참여한다(Nicholls et al. 2005). FTO들로 구성된 WFTO도 신뢰도를 높이기 위해 공정무역조직 표시(label)를 개발하여 운영하고 있다(Raynolds et al. 2007). 두 길을 잇는 연속선상에 수많은 FTO들이 존재하고 있으며, 이들은 다양한 조직운영으로 혁신을 시도해왔다.

3. FTO

FTO는 부분적으로만 공정무역에 참여하는 일반기업과는 달리,

100% 공정무역제품만을 취급하는 조직이라고 정의된다(Nicholls et al. 2005; Barrientos et al. 2007). 공정무역기구들이 모인 FINE⁵⁾의 정의에 따르면, FTO는 소비자의 지지와 함께 관행무역의 규칙과 실천을 변화시키기 위한 생산자 지원, 의식고양과 캠페인에 활발히 참여하는 조직이다(Fair Trade Advocacy Office 2013). 그리고 WFTO에서는 FTO를 “사명의 핵심으로서 공정무역을 약속”하는 조직으로 정의한다(WFTO 2018a). 즉 무역 활동을 통해 공정무역에 직접 관여하는 조직을 말한다. 그리고 교육과 옹호 활동 보다는 무역 활동 내에서 100% 공정무역의 실천이 중요하다(Huybrechts 2010).

FTO들은 시대에 따라서 변화를 겪어 왔다. 1950년대에서 1960년대까지는 종교나 자선기반의 조직들이 소규모 생산자 그룹과 협력하였다. 1970년대에서 1980년대는 정치적 동기에 의한 공정무역제품 구매가 늘었다. 1990년대에는 FTO들이 운영상의 어려움을 겪으면서, 생산자 중심에서 고객 중심으로 혁신하기 시작했고, 공정무역 브랜드를 출시한 FTO들이 등장하기 시작했다(Nicholls et al. 2005).

FTO들은 대부분 FI 혹은 다른 인증기관으로부터 제품인증을 받거나 WFTO의 회원으로 가입되어 있으나, 때로는 인증 프로세스에 참여를 거부하면서도 스스로 FTO라고 인식한다(Huybrechts 2010). FTO들의 조직형태는 비영리조직, 영리기업, 노동자협동조합, 생산자소유기업, 개인소유기업 등으로 다양하다(Nicholls and Opal, 2005). 그리고 연구자들에 따라 대안무역조직, 공정무역브랜드(Fair Trade brand), 공정무역소매업체(Fair Trade retailers) 등 다양하게 명명되어 왔다(Barrientos et al. 2007).

휴브레츠(Huybrechts 2010, 2012)는 벨기에를 비롯한 유럽 국가들

5) FINE은 FI, WFTO, 유럽공정무역연합(EFTA, The European Fair Trade Association), 유럽월드숍네트워크(NEWS!, Network of European World Shops)가 모인 것으로, 본 정의는 2001년 12월에 합의된 것이다(Fair Trade Advocacy Office 2013)

의 FTO를 연구 해왔다. 벨기에 FTO들은 시간이 지나면서 다양한 조직형태가 등장하고 있다. 자원봉사 기반의 비영리조직부터, 협동조합, 영리기업, 개인사업체 등의 형태로 다양하다. 특히 2000년대 이후에 기업가정신을 가지고 활동하는 단체들이 등장했는데, 이들은 경영자들에 의해 통제되는 형태로 운영되면서 생산자와 소비자의 요구를 연결하는데 초점을 맞춰서 활동하고 있다. 이들은 주류 고객들에 초점을 맞추고 상업적으로 전문화되어 있으나, 공정무역 교육이나 옹호활동은 약한 편이다. 이들은 다양한 조직형태와 특성에도 불구하고 생존에 어려움을 겪고 폐업을 하는 FTO들을 보면서 협력을 위한 네트워크를 형성하며 연합을 구성했다. 휴브레츠(Huybrechts 2010)는 FI와 WFTO라는 전형적인 구분으로 나누기 보다는 미묘하고 복잡한 지역 상황에 기반하여 공정무역 지형을 살펴야 한다고 주장한다. 그는 다양한 지역 상황, 제도적 맥락 및 권력에 근거한 운동의 세계적인 그림을 그릴 수 있도록 '상향식' 분석을 강조한다.

휴브레츠(Huybrechts 2012)는 FTO들이 갖는 경제적, 사회적, 정치적 영역을 아우르는 하이브리드(hybrid) 특성을 강조하기 위해서 이들을 '공정무역 사회적기업(Fair Trade social enterprise)'이라고 이름 붙인다. 이들은 전적으로 공정무역을 하는 조직이며, 혁신적 방법으로 사회적 목적을 달성하기 위해 시장 매커니즘을 활용한다. '공정무역 사회적기업'의 조직 모형은 다양성을 보인다. 이들은 시장 자원에 의존하고, 위험요소를 부담한다. 그리고 공정무역의 근원을 협동조합, 사회적 경제 그리고 연대경제운동에서 찾아볼 수 있다고 설명한다.

4. 분석모형

공정무역은 정의와 원칙을 통해서 관행무역과 분명한 차이를 보여준다. FINE의 정의에 따르면, “공정무역은 대화와 투명성, 존중에 기초하여 국제무역에서 공평한 관계를 추구하는 거래기반의 파트너십으로, 저개발국가에서 경제발전의 혜택으로부터 소외된 생산자와 노동자들에게 더 나은 거래 조건을 제공하고 그들의 권리를 보호하여 지속가능개발에 기여해야 한다”(Fair Trade Advocacy Office 2013). 그리고 FTO들은 소비자들의 지지아래 관행무역을 변화시키기 위해 생산자지원, 의식고양, 캠페인에 적극 참여해야 한다(Fair Trade Advocacy Office 2013). FTO라면 “그들의 사명의 핵심으로서 공정무역을 약속”할 것을 제시해야 한다(WFTO 2018a). 즉 FTO들은 ‘생산자와의 거래 조건 준수’, ‘생산자 지원’, ‘공정무역을 확산시키기 위한 의식고양과 캠페인’을 해야 하며, ‘공정무역을 위해 존재하는 조직’이다.

FI와 WFTO는 공정무역 원칙 다섯 가지를 제시하고 있다. 이 원칙은 공정무역 정의를 확장하고 구체화한 것이다. 첫째, 기존 시장에서 배제된 생산자들과 거래 시 공급사슬을 짧게 하여 생산자들이 최대한 많은 이익을 받을 수 있도록 한다. 둘째, 생산자들의 상황을 고려한 가격과 지불 정책이 결정되어야 하고, 장기적인 무역관계를 통해 정보를 공유하고 계획을 세워야 한다. 셋째, 생산자 조직들이 시장을 이해할 수 있도록 지식과 기술 등을 향상시켜야 한다. 넷째, 소비자들은 FTO들이 글로벌 무역시스템을 더욱 공정하게 만들도록 지원해야 한다. 다섯째, 공정무역은 관행 시장에서 기대하는 것 이상을 동의해야 하는 사회적 계약으로 생산자들은 공정무역으로부터 얻은 이익을 사회, 경제적 조건을 향상시키는데 사용해야 한다(WFTO et al. 2009). 공정무역원칙을 보면 FTO들은 ‘공정가격’, ‘선지급’, ‘장

기거래’, ‘생산자 역량 강화’ 등을 실천해야 한다.

이상과 같은 공정무역의 정의와 원칙을 기반으로 해서 베트남 FTO들을 분석할 모형을 <표 1>과 같이 제시한다. 허츨스(Hutchens 2009)의 분류처럼 일부 FTO들은 개혁적 접근에 가깝고, 일부 조직들은 점진적 접근에 가까울 수 있다. 그는 기존 시장의 구조와 제도를 변화시키기 위해서 ‘생산자 임파워먼트’와 여러 명의 지지자들이 함께 모여서 혼자서는 할 수 없는 것을 함께 만들어가기 위한 ‘네트워크’ 능력을 중요하게 고려한다. 본 연구에서는 허츨스(Hutchens 2009)의 주장을 받아들여 FTO를 분석할 때 ‘생산자 임파워먼트’와 ‘네트워크 형성’을 분석 요인에 포함한다. 그리고 자국 내에서 공정무역운동을 확산하기 위해 ‘소비자 대상의 캠페인’을 진행하는지도 파악한다. 마지막으로 WFTO에서 FTO를 정의하는데 중요하게 고려하는 ‘조직의 존재이유’에서 공정무역이 어떻게 위치하고 있는지를 살펴본다. 공정무역에서 필요조건이라고 할 수 있는 ‘공정가격’, ‘선지급’, ‘장기거래’ 등은 개별 조직들이 인증을 받는 과정에서 사전에 검증이 이루어지기 때문에 분석기준에서 제외하였다.

<표 1> 베트남 FTO 분석모형

조직 실천	개혁적 접근	점진적 접근
조직의 존재 이유	생산자 지원을 위한 조직	비즈니스 목적의 조직
생산자 임파워먼트	생산자 발굴, 지원, 육성, 관계 형성	소외계층 고용
네트워크 형성	공급사슬 범위 밖에 행위자들과의 관계	공급사슬 내의 파트너들과 관계 형성
교육과 옹호	소비자 대상 교육과 옹호 활동	생산자 대상 교육

출처: 저자

Ⅲ. 연구방법 및 대상

1. 연구방법 및 연구과정

사례연구는 ‘어떻게’ 또는 ‘왜’에 대한 질문이 제기되었을 때, 그리고 동시대에 일어나는 현상을 다룰 때 선호되는 연구방법으로, 복잡한 사회현상을 이해하려는 욕구에서 출발한다(Yin 2003). 본 연구는 베트남 FTO를 이해하기 위해서 다중사례연구를 수행하였다. 사례들이 같은 결과를 도출하는지, 서로 다른 패턴을 보이는지를 확인하고자 할 때 다중사례연구를 선택한다(Yin 2003). 그리고 다중사례연구 시 사례의 개수는 결과에 대해 얼마만큼 확신할 수 있는가에 따라 결정한다. 본 연구진은 결과에 대한 확신을 얻기 위해서 베트남 하노이 지역에 사무실을 두고 있는 베트남 FTO들을 모두 만나려 시도했고, 이 중 인터뷰를 수락한 조직들을 방문했다.

2017년 1월에는 하노이와 달랏에서, 2018년 1월에는 하노이에서 인터뷰하고 관찰하였다. 베트남의 FTO를 파악하기 위해서 WFTO와 FI의 인터넷 사이트를 통해서 인증 받은 곳을 검색하였고, 인증을 받지 않는 곳도 공정무역을 하고 있다고 선언한 조직을 포함시키기 위해서 인터넷 검색도 했다. 그리고 한국에서 베트남과 공정무역을 하고 있는 ‘아시아공정무역네트워크’ 실무자와의 인터뷰를 통해 한국과 거래하고 있는 베트남의 FTO 및 생산자조직에 대한 정보를 얻었다. 방문하기 전에 모든 조직에 이메일로 인터뷰를 요청하였다.

2017년에는 Craft Link, 개발과통합센터(CDI, Center for Development and Integration)와 그린페어트레이드(GFT, Green Fair Trade & Production Company Limited)를 방문했다. 그리고 공정무역 아라비카 커피 생산자 협동조합 끼우뎃(Cau Dat, Cau Dat Cooperative)의 대표를 인터뷰 했다. 2018년에는 Craft Link와 CDI

& GFT를 다시 방문하고 인터뷰 했으며, 크래프트뷰티(Craftbeauty), 에코링크(Ecolink)의 대표, 그리고 베트남농촌산업연구개발원(VIRI, Vietnam Rural Industries Research and Development Institute)과 비리코(VIRI Co)의 대표를 인터뷰했다. 베트남 FTO 및 생산자단체 이외에도 베트남 공정무역 연구 프로젝트에 참여한 국립경제학대학교 (NEU, National Economics University) 교수를 인터뷰하였다. 베트남의 공정무역 현황을 파악하기 위해서 관련된 조직들을 많이 방문하여 정보를 획득하고자 했다. 이들로부터 유사한 내용을 듣기도 하였고, 다른 정보나 관점을 듣기도 하였다.

인터뷰는 영어 또는 베트남어로 했으며, 공동연구자가 통역했다. 사무실을 직접 방문하여 약 1시간에서 2시간 사이에 반구조화된 인터뷰를 했고, 매장 또는 생산현장이 함께 있는 경우 현장을 직접 둘러보았다. 제한된 시간 동안 인터뷰해야 하는 상황에서 원하는 정보를 많이 얻기 위해서 사전에 수집할 수 있는 정보를 모았고, 그것을 기반으로 질문지를 구성하였다. 조직구조, 전략, 비전, 사업현황 등을 파악할 수 있도록 질문지를 구성하여, 조직 대표를 인터뷰 했다. 질문은 네 가지 범주로 구성하였고, 인터뷰 중에 참여자의 답변에 따라서 질문을 추가하기도 했다. 첫째, 조직의 역사와 발전과정, 둘째, 조직 형태(법적 형태, 구조, 거버넌스 등)와 공정무역 및 기타 인증 확보 여부와 가능성, 셋째, 매출, 유통 전략, 해외 판로, 내수, 주요 제품 등 판매에 관한 정보, 넷째, 생산자 발굴 및 역량 강화를 위한 지원, 다섯째, 베트남 공정무역 현황과 비전에 관한 의견을 물어보았다. 본 연구에서 인터뷰 했던 조직 모두를 분석하지는 않았다. 조직 스스로 공정무역을 하고 있다고 웹사이트를 통해 공식적으로 선언하고, 공정무역으로 제품을 수출하는 조직을 분석 사례로 선택하였다.

<표 2> 인터뷰 개요

기관명	인터뷰 대상자	근무경력	인터뷰 일자 및 시간	인터뷰 언어	인터뷰 장소
Craft Link	대표	22년	2017년 1월(2시간) 2018년 1월(2시간)	영어 베트남어	사무실 겸 매장 (하노이)
Craftbeauty	대표 2인	15년	2018년 1월(2시간)	영어 베트남어	사무실 겸 작업 장(하노이)
CDI & GFT	GFT 대표 CDI 대표 CDI 직원	13년 8년 1년 미만	2017년 1월(1시간) 2018년 1월(1시간) 2018년 1월(1시간)	영어 영어 베트남어	사무실(하노이)
Ecolink	대표	14년	2018년 1월(2시간)	영어 베트남어	사무실 겸 매장 (하노이)
NEU	교수	-	2018년 1월(1시간)	영어 베트남어	학교(하노이)
VIRI & VIRI Co	대표	20년	2018년 1월(2시간)	영어	사무실(하노이)
Cau Dat	대표	3년	2017년 1월(1시간)	베트남어	사무실과 생산 지(달랏)
아시아공정 무역네트워크	실무자	3년	2017년 1월(2시간)	한국어	사무실(서울)

베트남 전체의 공정무역생산자 및 조직 현황을 파악하기 위해서 2018년 1월 10일에 FI 인증을 담당하는 플로서트(FLOCert 2018)와 WFTO(2018b) 홈페이지를 검색하였다. FI 인증을 받은 42개의 조직과 WFTO의 인증을 받은 10개의 조직이 있음을 확인했다. 검색 결과에는 조직명, 기능, 조직형태, 취급품목만 있고, 조직 설립연도와 인증 받은 연도의 파악이 어려워 개별적으로 조사하였다. 2018년 1월 15일부터 25일까지 베트남 하노이 지역에서 FTO를 방문하고 자료 조사에 관련하여 도움을 요청하였다. 2018년 2월에 CDI & GFT로부터 FLOCert 인증을 받은 조직들의 연락처 일부를 받았다. 13개는 인터넷 홈페이지 등을 통해 정보를 수집하였고, 39개는 개별조직과 인터뷰, 전화, 그리고 이메일로 정보를 수집했다. 이 중 일부는 연락처가 부정확하거나 정보제공을 거부하여 정보를 확보하지 못하였다.

2018년 3월 13일에 FLOCert(2018)와 WFTO(2018b) 홈페이지를 재 검색한 결과 FLOCert 인증 조직 중에 2곳이 제외되고 2곳이 새롭게 추가되어 정보를 교체했다. 본 논문에서 분석한 자료는 2018년 3월 13일에 FLOCert와 WFTO에 홈페이지에 게재된 리스트를 기준으로 하였다.

2. 연구대상

본 연구의 연구대상은 베트남 하노이에서 스스로 공정무역을 하는 조직으로 표방하면서 공정무역 제품을 수출하는 Craft Link, Craftbeauty, Ecolink, CDI & GFT이다. 인터뷰와 문헌연구를 통해 파악된 조직의 기본 현황 및 특성을 <표 3>에 정리하였다. 조직의 기본현황을 파악하고자 설립연도, 조직의 법적형태, 조직의 기능, 취급품목, 판로, 고용현황을 기술하였다. FTO의 특성을 파악하고자 공정무역인증 취득한 연도와 베트남 내에서 공정무역 캠페인 진행 여부, 공정무역 외에 다른 인증을 보유하고 있는지를 파악하고 표기하였다.

<표 3> 사례분석대상

기관명	설립 연도	법적 형태	기능	취급 품목	판로	고용 현황	생산자	인증 취득연도	베트남 국내 캠페인	기타 인증
Craft Link	1996	비영리 & 기업	수출, 소매 생산자 육성	수공예	수출 내수	정규 32 임시 100	소수민족 70개 그룹 6500명	WFTO (2000)	O	-
Craftbeauty	2003	기업	생산 (직접고용), 수출, 도매	수공예	수출 내수	정규 46	장애여성	Fair Trade Federation (2005) WFTO (2008)	x	-

Ecolink	2004	기업	가공, 수출, 소매 생산자 육성	농식품	수출 내수	정규 35	농민 2개협동조합 400가구	FLO (2006)	x	유기농
CDI & GFT	2005 2013	비영리 & 기업	수출, 소매 생산자 육성	농식품	수출 내수	정규 20	농민 16개그룹	인증없음	0	-

출처: 저자

하노이 지역의 FTO들은 단일조직과 복합조직으로 나뉜다. Craft Link, CDI & GFT는 비영리조직과 영리조직이 함께 움직이는 복합조직이다. 반면 Craftbeauty와 Ecolink는 영리조직이다. Craft Link는 1996년에 베트남 소수민족의 수공예품을 판매하여 소수민족의 소득 증대에 기여하기 위해 설립되었다. 2000년에 WFTO에 가입하였다. 다른 조직들은 조직의 설립연도와 관계없이 2005년 이후에 WFTO 나 FI에 참여한 것을 알 수 있다. 사례 조직 중에 두 조직은 수공예를, 그리고 두 조직은 농식품을 수출하는 조직이다.

IV. 베트남의 공정무역

1. 공정무역 인증

베트남에서 최근 9년 동안 공정무역 인증을 받은 조직이 급격히 증가했다<표 6>. 이러한 변화는 2015년 체결된 EU-베트남 자유무역 협정(EU- Viet Nam Free Trade Agreement)과 2014년부터 약 3년간 수행된 EU의 공정무역 촉진 프로젝트의 결과로 평가된다(Viet Nam News 2016/10/24). 1998년에 유럽의회(European Parliament)는 EU 시장에서의 공정무역 인증 촉진을 위한 결의안을 발표했으며, EU의 소비자들은 공정무역 인증제품에 대한 높은 관심을 보이고 있다

(Viet Nam News 2017/11/17). 공정무역 제품의 약 95%를 수출에 의존하고 있는 베트남의 경우, 공정무역 인증은 해외시장 진출을 위한 중요한 수단이다(Project Promoting Fair Trade in Viet Nam 2015).

2018년 3월 현재, 베트남에서 공정무역 인증에 참여하고 있는 조직은 52개로 FLOCert 인증이 42개, WFTO 인증이 10개이다. FLOCert 인증을 받은 조직은 생산자조직과 무역업체로 나뉘며, 조직에 따라 제조 및 가공까지 겸하고 있다. FLOCert 인증을 보유한 42개 중 62%에 해당하는 26개가 생산자 조직이며, 무역업체의 경우 75%에 해당하는 12개 조직이 제조와 가공을 겸하고 있었다. 품목별로는 커피를 취급하는 조직이 16개로 가장 많았으며, 수공예(9), 견과류(8개), 과일류(7개), 허브/허브차 및 향신료(7개), 차(6개), 카카오(3개), 오일(2개) 순으로 나타났다.⁶⁾

<표 4> FI 인증을 받은 조직의 기능별 분류

기능		조직 수
생산 (26)	생산	19
	생산, 제조/가공	6
	생산, 라이선스	1
무역 (16)	무역	3
	무역, 제조/가공	6
	무역, 제조/가공, 중개인	5
	무역, 제조/가공, 원산지로부터 수입	1
	무역, 중개인	1
합계		42

출처: FLOCert(2018)

조직의 형태로는 회사 24개, 협동조합⁷⁾ 21개, 협동조합그룹

6) 한 조직에서 여러 가지 인증 품목을 취급하는 경우가 있어서, 인증 받은 조직 수는 52개이지만 취급하는 품목 수는 58개이다.

(cooperative group)⁸⁾ 2개 등이다. 대부분의 조직들이 2000년 이후 설립되었으며, 2010년 이후 인증을 받은 조직이 32개이다. WFTO 인증의 경우 수공예에 집중되어 있으며, 미상인 조직을 제외하고 모두 2000년 이후 인증을 받았다. EU의 지원으로 베트남 공정무역 촉진 사업을 진행한 VIRI 대표와의 인터뷰에 따르면, 본 사업을 통해 총 17개 공정무역조직이 인증을 받았거나 인증절차를 진행 중이다.

<표 5> FI와 WFTO 인증조직의 법적형태

법적형태	FI	WFTO
회사	17	7
협동조합과 협동조합그룹	23	-
NGO	-	1
연구기관	-	1
미상	2	1
	42	10

출처: FLOCert(2018)와 저자

<표 6> FI와 WFTO 인증 조직의 설립연도와 인증연도

	FI		WFTO	
	설립연도	인증연도	설립연도	인증연도
~1999	3	-	5	-
2000~2009	9	6	2	3
2010~2018	25	28	3	4

- 7) 협동조합은 베트남어로 합작사(Hợp Tác Xã, 合作社)라고 부르며 최소 7명의 개인으로 설립되는 경제조직이다. 1927년 호치민의 저서를 통해 협동조합 개념이 처음으로 도입되었으며 현재까지 3번의 법 제정 및 개정을 거쳤다. 현재 2012년 협동조합 법에 따라 운영되고 있다. 전국적으로 총 19,487개의 협동조합이 있으며 이중 11,756개는 농업협동조합이다(Vietnam Cooperative Alliance 2018).
- 8) 협동조합그룹(cooperative group)은 베트남어로 합작조(Tổ Hợp Tác)이며, 준협동조합(pre-cooperative)으로 불리기도 한다. 최소 3명의 개인으로 구성되고 동/읍/사(행정단위) 등 사무소의 승인을 토대로 설립된 조직이다. 이와 관련된 정부법령 베트남 민법 제111조 제1항 151/2007/ND-CP에 의하면 합작조는 공동이익 및 공동책임을 가진 자발적인 시민단체의 일종으로서 민주적이며 상호이익의 원칙에 따라 운영된다.

미상	5	8	-	3
	42		10	

출처: 저자

2. 베트남의 공정무역 수출 품목과 주요 쟁점

베트남에서는 2014년부터 2017년까지 EU의 지원 하에 VIRI가 주도하고, 베트남 차 협회(Vietnam Tea Association), 베트남 커피 및 카카오 협회(Vietnam Coffee and Cocoa Association), 베트남 수공예 수출업자 협회(Vietnam Handicraft Exporters Association)가 공동으로 베트남의 공정무역 유망품목 차, 커피, 코코아, 향신료, 수공예 5가지에 대한 잠재성을 평가하는 보고서를 발간하였다(Project Promoting Fair Trade in Viet Nam 2015). 보고서에 따르면, 베트남은 세계 5위의 차 수출국이다. 주요 수출시장은 미국과 아시아, 유럽이며, 수출되는 차의 대부분이 예비처리의 단계만 거친 후 대형포장의 형태로 상표 없이 수출되고 있었다. 수출량은 많지만 이를 대표할 만한 상표가 개발되어 있지 않은 상태다. 또한 수입국에서 가공품에 대한 높은 관세를 적용하고 있어 가공품 형태로는 수출이 어렵기도 한 실정이다. 이 외에도 참여기업들의 낮은 자본력, 마케팅 및 대외 무역의 계약이나 협상에 취약한 점 등은 낮은 가격형성의 원인들로 지적된다. 최근 중소기업을 중심으로 공정무역 인증에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 차를 생산 또는 유통하는 기업 중에서 공정무역 인증을 받은 곳은 2015년 2곳에서 2018년 현재 6곳으로 늘어났다.

커피 산업은 베트남에서 최근 몇 년 동안 성장세를 보이고 있다. 베트남은 현재 세계 2위의 커피 수출국이며, 베트남 젊은 소비층의 증가로 시장 규모가 커지고 있다. 커피생산에 참여하는 가구수는 약 55만에 이르며, 주요 생산지역은 닥락(Dak Lak), 닥농(Dak Nong),

람동(Lam Dong), 짜라이(Gia Lai), 킨툼(Kon Tum) 등의 중부고원지대다. 전체 수확량의 93~95%가 수출되고 있으며, 대부분이 가격이 낮은 원두 상태로 수출된다. 베트남 커피가 보유하고 있는 인증은 현재 유기농과 UTZ, Coffee 4C, Rain Forest Alliance 등의 지속가능성 인증과 공정무역이다. 가장 널리 사용되는 것은 Coffee 4C이며, 공정무역 인증을 보유한 업체는 2018년 현재 16개이다. 베트남의 커피의 경우 이미 생산량이 많고, 공정무역 인증에 대한 인지도가 높아 향후 추가적인 공정무역 인증의 가능성이 높을 것으로 평가된다.

베트남 정부 및 구매회사의 기술지원과 국제기구들의 지속가능한 코코아 개발 자금이 투입되면서 베트남의 코코아는 고품질 생산이 가능하다. 또한 세계시장의 수요가 크고 정부차원의 개발정책이 뒷받침되면서 향후 가격면에서도 안정적인 성장이 예측되고 있다. 현재 공정무역 코코아는 전세계 120국 이상에서 팔리고 있으며, 코코아 생산자는 2012-13년 공정무역 공동체지원금으로 980만 유로를 벌었다. 그러나 점차 높아지고 있는 수입국의 기술적 표준의 요구는 코코아 생산 농민들에게 위협요인이 되고 있으며, 이를 위해 공정무역 인증의 필요성이 대두되고 있다.

현재 베트남에서 생산되는 향신료는 70품목 이상이며, 후추는 이윤이 가장 높은 품목이다. 전세계 후추의 30%가 베트남에서 생산되고 있다. 베트남 후추는 95%가 수출되며 수출에 종사하는 기업의 수는 200개가 넘는다. 현재 공정무역 인증을 보유한 곳은 2곳에 불과하지만, 향신료 관련 기업들이 재료의 품질과 환경친화성을 중요시하고 있어, 향후 추가 인증도 가능할 것으로 예측되고 있다(Project Promoting Fair Trade in Viet Nam 2015).

베트남의 수공업 산업은 빈곤 퇴치, 문화정체성 유지, 여성 및 소수민족의 양성 평등에 기여하고 있는 것으로 평가된다. 주요 수출품목은 라탄, 세라믹, 목재, 자수, 섬유 등이며 가장 큰 수출시장은 유럽

과 북미국가이다. 그리고 공정무역 인증은 세계 수공예품 시장에서 부가가치를 창출할 수 있는 기회를 마련한다. 현재 베트남에는 수공예 또는 신발 관련 기업 중 9개가 WFTO 인증을 받았다.

V. 베트남 FTO 사례분석

본 논문에서는 베트남 FTO 중 4개를 분석한다. 분석들에서 제시한 조직의 존재 이유, 생산자 임파워먼트, 네트워크 형성과 공정무역에 대한 교육과 옹호 측면에서 사례를 분석했다. 분석결과, 개혁적 접근, 절충적 접근, 그리고 점진적 접근을 하는 그룹으로 나눌 수 있다.

1. 개혁적 접근: Craft Link와 CDI & GFT

베트남에 공정무역이 알려지기 전부터 베트남의 사회문제를 해결하기 위해서 많은 조직들이 활동하고 있었다. 공정무역에 대한 정보는 없었지만 베트남의 가난하고 소외된 이들을 지원하려는 목적을 갖고 조직을 설립하고 운영하고 있었다. 대표적 사례가 Craft Link와 CDI & GTF이다.

Craft Link를 설립한 설립자들은 대부분 베트남에 있는 국제NGO에서 일했던 사람들이다. 프로젝트 기반에 한시적으로 머물다가 떠나가는 국제NGO를 통해서 베트남의 문제를 해결하기 어렵다는 한계를 인식하고 Craft Link를 설립했다. Craft Link의 비전은 베트남의 모든 장인들이 공정한 임금을 받고, 행복한 삶을 사는 것이다. 사명은 전통적 수공예 생산자들이 그들의 문화를 되살리고, 수공예 생산과 마케팅을 통해 생활을 향상시키는 것이다(Craft Link 2018). Craft Link는 공정무역을 알기 전부터 베트남의 수공예 생산자들을

지원하기 위한 사명을 갖고, WFTO의 관계자를 만나면서 공정무역에 참여하게 되었다. Craft Link는 수익을 이사회나 개인을 위해 사용하지 않고, 새로운 수공예품 개발, 생산자를 대상으로 한 경영교육과 기술교육 등에 사용한다.

CDI의 경우도 빈곤한 사람들의 지속가능한 사회경제 발전을 촉진하기 위해 2005년에 설립된 비영리조직이다(Center for Development and Integration 2018). 이들은 아일랜드 정부 등 다양한 해외 지원을 받으면서 베트남 사회에서 소외된 이들을 지원해 왔다. CDI의 공동 설립자이면서 현재 GFT의 대표가 필리핀을 방문하면서 공정무역을 알게 되었고, 생산자들이 더 나은 조건에서 수출할 기회를 확대하고자 공정무역 비즈니스를 하는 GFT를 설립하게 되었다. GFT는 윤리적 거래를 통해 소비자에게 고품질의 제품을 제공하고, 농부들은 실질적이고 공정한 이익을 창출하도록 돕는 역할을 한다(Green Fair Trade & Production Company Limited 2018).

Craft Link와 CDI & GFT 모두 소외된 계층을 지원하려고 하는 동기에서 시작하였다. 스스로 ‘사회적기업’이라는 정체성을 갖고 있었고, 이익의 전부 또는 대부분을 생산자를 지원하는데 사용하고 있었다. 두 조직 모두 생산자 역량 강화에 집중하기 위해서 비영리 파트에서 생산자 교육과 훈련을 담당하고 있었다. 생산자 교육과 훈련은 비영리조직에서 진행하고 무역은 영리조직에서 한다. 즉 지원 조직과 비즈니스 조직을 분리 운영하는 복합 조직의 형태를 만들어,

9) 베트남에는 사회적기업과 관련된 두 가지 법률이 있다. ‘2014년 기업법’과 ‘96/2015/NĐ-CP 시행령’이다. ‘2014년 기업법’ 제10조에서 사회적기업의 권리와 의무가 규정되어 있다. ‘96/2015/NĐ-CP 시행령’은 ‘2014년 기업법’에 대하여 상세한 내용을 기재하여 제2,3,4,5,6,7,8,9,10,11조에서 사회적기업에 대한 정책과 관리 체계를 정리하였다.(베트남 법률에 따른 사회적기업: 베트남 법무부 <http://tcdepl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/phap-luat-kinh-te.aspx?ItemID=163>; ‘96/2015/ NĐ-CP 시행령’ <http://vietnamlawmagazine.vn/decreed-no-96-2015-nd-cp-of-october-19-2015-5149.html>; ‘2014년 기업법’ <https://www.hcmiu.edu.vn/Portals/1/Docs/vanbanphapluat/english/68-2014-QH13-Luat%20Doanh%20nghiep.pdf>)

생산자 역량강화에 집중하고 있었다.

(생산자 그룹 개발) 프로젝트당 평균적으로 2-5년이 걸린다. 프로젝트 매니저, 디자이너가 1주일에서 10일정도 직접 방문해서 훈련을 시킨다. 강도 높은 훈련의 경우 2주 정도 한다. 생산자들이 기술과 경영역량을 키운 후 스스로 운영하는 협동조합 형태로 조직화된다. 많은 조직들이 프로젝트 이후 협동조합이 된다. 경영역량이 부족한 수공예 업자들이 있어서 교육이 필요하다. 그들은 협동조합을 운영할 역량이 안된다. 더 강해지고, 임파워먼트된 다음에 가능하다. 수공예 조직들이 스스로 협동조합을 만들고, 등록을 한다. 우리는 트레이닝과 역량을 개발하는 것에 초점을 맞춘다(Craft Link 대표).

Craft Link는 설립시에 10개 생산자그룹과 일하였지만, 20년이 지난 지금은 70개의 생산자 그룹의 6,500명의 장인들과 일을 하고 있다. 이중 33개는 소수민족 그룹, 25개는 전통 수공예 마을, 12개는 장애인 그룹이다(Craft Link 2015). Craft Link는 특히 여성들에 초점을 맞추고 있으며, 지역에서 함께 일하는 조직도 지역단위로 조직화되어 있는 여성연맹이며, 함께 일하는 수공예 생산자도 대부분 여성들이다.

CDI & GFT는 커피, 차, 견과류, 향신료, 과일과 같은 식품류의 농업생산자를 발굴하고 지원해왔다. 16개 생산자들과 함께 일하고 있었는데, 공정무역인증을 받도록 지원하거나, 기술지원, 경영교육 등의 다양한 지원을 하고 있었다. 이들은 생산자들을 지원을 위해서 외부 지원을 받는데 적극적이었다. 예를 들어, 베트남 공정무역 생산자들과 거래하는 한국 FTO인 아시아공정무역네트워크가 한국국제협력단(KOICA, Korea International Cooperation Agency)이 ‘지구촌 사회적기업육성사업’을 통해 베트남 공정무역을 지원한다는 정보를 CDI & GFT가 알게 되었고, 이후 KOICA의 지원으로 Cau Dat 협동

조합의 설립과 공정무역인증을 지원했다. 이러한 지원과정을 거쳐 Cau Dat 조합원에게 공정무역과 경영관련 교육을 시킬 수 있었다. Cau Dat은 FI 인증을 받아서 공정무역 커피 수출을 확장할 수 있는 가능성이 생겼고, 판로를 넓히기 위해 커피 브랜드 및 상품 패키지 디자인과 커피농장투어상품을 개발하였다. 이처럼 CDI & GFT는 KOICA, Irish Aid 등의 외부 자원을 받아서 생산자를 지원할 수 있는 기회를 탐색하고, 활용하고 있었다.

공급사슬이 아닌 가치사슬을 형성함으로써 (생산자) 협동조합의 독립성을 키우며 공정무역 성공사례를 만들고 싶다. 이것이 기존 무역과 다른 지점이고, 이것을 우리는 운동이라고 부르고 싶다. 단지 농민에게만 해당되는 것이 아니고, 정부가 지역을 더 잘 지원하도록 하는 좋은 모델을 만들고 싶다. 더 많은 농민협동조합이 스스로 공정무역인증을 받고, 좋은 가격에 생산하고 팔기를 바란다. 공정무역은 좋은 가격을 지불한다. 농민 역량도 커진다 (CDI & GFT 대표).

Craft Link와 CDI & GFT는 조직의 목적을 달성하기 위해서 적극적으로 네트워크를 형성하고 활용하고 있었다. 외부로부터 지원을 받기 위해서가 아니라 생산자 역량강화를 위해서나 대외 위상을 높이기 위한 것 등 목적은 다양했다. Craft Link는 베트남 여성연맹과 적극적으로 파트너십을 형성하면서 여성 생산자 지원을 함께 하거나 지역에서 사업을 하는데 용이한 환경을 만들고 있었다. 이사회에는 옥스팜 홍콩과 같은 국제NGO들이 참여하고 있었다. CDI & GFT는 국내외 다양한 조직들과 네트워크를 통해서 자금 조달뿐 아니라 사업 다각화를 모색하거나 사업 운영을 위한 자문을 받고 있었다.

이 두 조직은 베트남 소비자들에게 공정무역을 알리는 일에도 적극적이었다. Craft Link는 상시적으로 운영하는 3개의 매장을 보유하고 있으며, 1년에 한번씩 생산자들과 함께 대규모 수공예박람회를

열어서 장인들이 직접 고객을 만나는 자리를 마련한다. 하루 5천명 정도의 고객과 바이어가 참여한다. 장인들은 고객들에게 직접 제품을 팔면서 고객의 니즈를 파악할 기회를 갖게 되고, 자신들의 문화를 소개할 수 있는 기회가 되기도 한다. 이때 베트남인들을 자원봉사자로 참여시켜 소수민족과 공정무역에 대해 교육한다. 그리고 소수민족의 문화를 포함하여 베트남 전통을 알리기 위해서 전시회를 열기도 하는데, 이는 대중들에게 소수민족에 대한 인식을 높이고 장인들이 자긍심을 갖도록 돕기 위한 것이며, 내수 확대 목적도 있다.

CDI & GFT도 내수를 확대하기 위해서 매장을 개설했으며, 청년들을 위한 공정무역 창업 경진대회를 열거나, 세미나와 포럼 등을 개최하면서 공정무역을 확산시키기 위한 활동을 벌이고 있었다. 전시회나 박람회를 할 때, 공정무역을 소개하고, 농민들을 초대해서 그들의 상품을 소개한다. 웹사이트, 공공채널, TV 인터뷰 등을 통해 소개하기도 한다. 두 조직 모두 베트남을 공정무역 성장 잠재력이 있는 시장이라고 생각하고 있었다.

결론적으로 두 조직은 베트남의 소외된 이들을 돕기 위한 사명을 가지고 활동을 하다가 공정무역을 알게 되고 공정무역이 조직의 사명과 부합하기 때문에 수용하게 된 경우이다. 두 조직 모두 운동성이 강한 조직으로 생산자를 지원하고 역량을 강화하는데 적극적이었다. 그리고 조직의 목적을 달성하기 위해서 다방면에서 네트워크를 형성하고 활용하고 있었다. 베트남에서 공정무역을 알리고 생산자들을 돕기 위해 매장 운영 및 다양한 캠페인을 벌이고 있었다. 베트남 소비자에게 공정무역을 이해시켜 내수를 키우기 위한 목적도 담겨있다. 조직의 존재 이유나 네트워크를 형성하는 측면, 그리고 소비자 대상으로 캠페인을 전개하고 있는 측면에서 두 조직은 개혁적 접근을 하고 있다.

2. 절충적 접근: Ecolink

Ecolink는 2001년에 관행무역으로 차를 수출하는 회사를 설립하여 운영하고 있는 2명의 대표들이 유기농과 공정무역을 전담하기 위해 설립했다. 다국적기업에서 차를 공급하는 일을 하던 대표는 회사를 그만두고 ‘지속가능한 공급사슬을 구축’하려고 회사를 설립했다. 회사의 사명에는 ‘인증 받은 유기농과 공정무역을 구축함으로써 소수민족 농부들의 삶의 질을 향상시키는 것’이 포함되어 있다(Ecolink Co. Ltd. 2015). 사명에서 드러나듯이 이 조직은 공정무역과 유기농, 두 가지 비즈니스 전략을 추구한다. 현재 Ecolink는 공정무역과 유기농 인증을 모두 보유하고 있는 2개의 생산자조직과, 유기농 인증만을 보유하고 있는 3개의 생산자조직과 함께 일하고 있다. 주요 수출 품목은 차이고, 생강과 계피도 취급한다. 대표는 2005년에 공정무역과 유기농을 처음 알게 되었다고 말한다.

당시 베트남 정부에 기금을 주고 유기농 산업을 키우기 위해 지원하던 뉴질랜드 정부에서 일하는 친구를 만났다. 그 친구가 공정무역과 유기농을 알려주었다. 공정무역이 싱글오리진을 팔기 좋은 시장이고, 생산자와 바이어를 연결하기 좋다는 것을 알게 되었다(Ecolink 대표).

그는 처음 공정무역을 접할 때 유기농도 알게 되었다. 공정무역을 중요하게 생각하지만 전략적으로 유기농과 공정무역을 함께 수용하고 있었고, 공정무역보다는 유기농을 더 적극적으로 실천하고 있었다. 생산자를 처음 발굴할 때는 좋은 질의 차를 생산할 수 있는 지역을 먼저 선택했다고 한다. 그리고 유기농 인증을 받는 과정부터 시작한다. 그러면서 생산자들을 조직화하고, 이후에 협동조합이 구성되면 공정무역 인증을 받도록 추진했다.

농민들은 땅이 많지 않다. 그룹을 만드는 것에 대해서도 신경 쓰지 않는다. 그래서 제로에서 시작했다. 공장을 짓고, 경작에 투자하고, 협동조합을 구성했다. 협동조합 구성이 쉽지 않다. 협동조합 운영방법을 배워야 한다. 세금을 내고, 시스템을 알아야 한다. 처음에는 농민그룹을 만들고 리더를 찾는다. 하나 둘, 충분히 그룹이 형성되고 난 후에 협동조합을 만든다. 그 협동조합이 동시에 공장과 파트너가 된다(Ecolink 대표).

Ecolink 대표는 공정무역을 하기 위해 생산자를 조직화 하는 과정을 명확히 이해하고 있었다. 질 좋은 차는 생산할 수 있지만 생산자 그룹이 조직화가 되지 않은 곳은 유기농 인증을 먼저 받으면서 협업하는 과정을 연습한다. 그 과정에서 생산자들이 모여 협동조합을 구성한다. 그리고 협동조합을 운영하기 위한 실질적인 교육과 훈련을 지원한다. 그는 인증비용이 비싸기 때문에 독립적으로 운영되는 생산자 협동조합임에도 불구하고 회사에서 인증비용을 지원한다고 했다. 그가 그렇게 투자를 하는 목적은 생산자들의 삶의 질을 향상시키는 한편, 베트남에서 생산된 특정 지역의 차를 브랜드로 만들어서 가치를 높이기 위해서 이다.

강한 공급사슬이 필요하다. 강해지려면 좋은 협동조합, 강한 조직, 운영이 잘 되는 공장, 바이어가 필요하다. 특히 생산 파트가 중요하다(Ecolink 대표).

그는 공급사슬을 생산단계부터 소비단계까지 안정적으로 구축하는 것의 중요성을 알고 있었다. 특히 차와 같은 식품의 브랜드를 강력하게 구축하기 위해서는 생산단계부터 품질 관리가 중요하다는 것을 이해하고 있었다. 유기농 인증을 통해 생산의 품질을 높이고, 공정무역인증을 통해 소득을 증대하여 생산자들이 지속적으로 좋은 품질의 차를 생산하도록 하는 비즈니스 전략을 갖고 있었다. 그는

생산자 조직을 발굴하고 육성하면서 공정무역인증을 받은 생산자 공동체가 변화 하는 것을 직접 경험했다.

그들(Ban Lien Tea Cooperative)의 삶은 매우 달라졌다. 삶의 균형이 생기고 행복해한다. 집도 더 깨끗해지고, 정리되고, 사람들은 건강해졌다. 예를 들어 Ban Lien에 가면 야채밭이 없었다. 울타리를 만들 줄 몰랐기 때문이다. 소가 모든 곳을 돌아다니고 아무거나 먹게 두었다. 그래서 야채를 찾을 수가 없었다. 우리 공장 에서 밭을 만들고 야채와 닭을 키웠다. 지금은 다른 사람들도 똑 같이 따라하고 있다(Ecolink 대표).

반 리엔(Ban Lien)은 해발 900미터의 산속에 위치한 지역으로 대부분 소수민족이 거주하는 곳이다. 반리엔은 라오 카이(Lao Cai) 지역 정부의 지원을 받아서 차 가공 공장을 만들어 소득을 증대하고 공동체 발전을 모색하였다. 경험 부족으로 시장에 접근하는데 성공하지 못하였다. 그러나 이후에 지역 정부가 회사에 연락을 해왔고, 포드재단으로부터 지원을 받게 되어 생산 역량 강화 및 마케팅을 지원 할 수 있었다(Ecolink 2015).

이들은 공정무역보다는 유기농 분야의 네트워크 강화에 집중하고 있었다. 대표가 베트남유기농협회(Vietnam Organic Association)의 창립자 중 한 명으로 활동할 정도로 유기농 생산과 판매를 강화하려는 의지가 강했다. 그리고 대표는 아직 베트남 사회에서 공정무역은 새로운 개념이기 때문에 소비자들이 받아들이기 쉬운 유기농부터 시작해야 한다고 생각했다.

Ecolink의 대표는 공정무역에 대해서 정확히 이해하고 있었고, 생산자들이 공정무역을 인증을 받을 수 있도록 지원하고 있었다. 그러나 영리조직의 성격이 강했다. 소비자 캠페인과 교육 등을 통해서 베트남 사회에 공정무역을 확산시키려는 노력보다는 생산자가 품질

이 좋은 차를 생산하여 브랜드를 강력하게 구축하는데 집중하고 있었다. Ecolink는 생산자 임파워먼트 측면에서는 개혁적 접근을 하고 있으나, 조직의 존재 이유나 네트워크를 형성하는 측면, 그리고 자국의 소비자 대상 교육이나 캠페인이 부족한 측면에서는 점진적 접근에 가까웠다. 그래서 Ecolink를 개혁적 접근과 점진적 접근 사이의 절충적 접근으로 판단하였다.

3. 점진적 접근: Craftbeauty

Craftbeauty는 창업자 부부가 2004년에 설립한 회사로 현재 “공정무역 조건하에서 윤리적으로 만들어진 패션 상품을 생산”한다는 사명을 가지고 있다. 2005년에 미국을 기반으로 하는 공정무역 인증기관에 가입했고, 2008년에 WFTO 가입했으며, 전체 생산품 중에 “70%를 공정무역 관련 조직과 매장 등에 수출”하고 있다. 현재 46명의 직원들과 함께 원단수급, 디자인, 제조, 수출의 전 과정을 모두 회사 내부에서 진행하고 있었다. 전체 직원 중 장애인이 약 30%이다. 베트남에서 장애인이 하루 벌 수 있는 돈은 7만 동 정도인데, 이 회사는 2배 이상을 지급하고 있다. 장애인을 차별없이 고용하고, 일반인과 같은 급여를 제공하고 있는 것을 강조했다.

대표들은 해외 박람회를 가서 회사의 비전과 목적을 설명하자, 이를 들은 외국인들이 공정무역 개념을 알려주었고, 자신들이 추구하는 방향과 부합하여 공정무역에 참여하게 되었다고 한다.

2005년에 독일 박람회를 돌면서 다양한 바이어를 만났는데 장애인, 여성과 수공예를 하고 있다고 하니, 10명 중에 1~2명이 공정무역을 해보는 게 어떻겠냐는 이야기를 했고, 인터넷을 보고 공부하게 되었다. 그 당시 베트남에 Craft Link와 저희 정도만 공

정무역을 알았다(Craftbeauty 대표).

이들은 공정무역을 지지하고 비즈니스를 통해 장애여성들의 삶을 지원하려는 목적이 있었다. 처음에 외부에서 생산한 제품을 판매했으나 불량품이 많았고, 이후 품질관리를 위해서 내부에서 직접 생산하기 시작했다. 품질 불량 문제를 해결하기 위한 방법이었다.

NGO와 프로젝트를 할 때 직접생산을 하지 않아서 품질관리가 잘 안됐기 때문에, 직접 생산을 했다. 설립 당시 지향을 정확하게 정하지 않았고, 박람회 참여하여 바이어를 만나면서 방향을 정했다. 미국 프로젝트 당시 생산품의 70%가 불량이었다. 수공예마을에서 만든 제품을 판매하는 경우 불량품이 많다(Craftbeauty 대표).

이들은 철저한 품질관리와 제품개발을 통해 비즈니스 경쟁에서 생존하는 것을 중요하게 생각하고 있었다. 품질을 향상시키기 위해서 외부 지원이나 도움 없이 조직 내의 자원을 활용하여 생산자 교육과 훈련을 하고 있었다. 수출하기 전까지의 공급사슬 상의 모든 단계들에 대해서 관리하고 품질 향상이나 생산성을 높이기 위해 투자하고 있었다.

Craftbeauty는 다른 FTO들과는 달리 생산을 내부화 하였다. 독립적 생산자 조직을 육성하는 방식이 아니라, 생산자를 고용하는 방식으로 공정무역을 전개하고 있었다. 공정무역에 대해서 정확하게 이해하고 있었으나, 생산자들과 고용관계를 형성함으로써 생산자와의 관계는 다른 FTO보다 통제적이었다. 또한 소비자 캠페인과 교육 등을 통해서 베트남 사회에 공정무역을 확산시키려는 노력보다는 좋은 품질의 제품을 생산하여 수출을 증대시키고, 해외 판로를 확대하는 것에 집중하고 있었다. Craftbeauty는 생산자 임파워먼트 측면과,

조직의 존재 이유나 네트워크를 형성하는 측면, 그리고 소비자 대상 교육이나 캠페인 측면에서 점진적 접근에 가까웠다. 그런 이유로 Craftbeauty를 점진적 접근을 한다고 평가하였다.

4. 사례분석 결과

베트남에서 공정무역은 새로운 개념이다. 베트남의 공정무역은 소외된 사람들을 위해서 일하려는 소수 엘리트들이 FTO를 설립하고 실천하고 있음을 알 수 있었다. 아직까지 베트남 FTO들은 개별 조직의 운영에 집중하고 있는 상황으로 FTO들 간에 네트워크를 형성하여 얻을 수 있는 이점을 찾지 못하고 있었다.

국제적으로 유럽과 북미를 중심으로 공정무역 시장이 많이 커졌으나, 대부분의 FTO들은 공정무역 생산자들이 생산한 공정무역 인증 제품을 100% 공정무역으로 팔지는 못하고 있었다. 일부를 공정무역으로 팔면 일부는 관행무역으로 팔거나 인증에 대한 노출 없이 내수 시장에서 판매하고 있었다. 대부분의 FTO 대표들은 어떠한 전략과 방법으로 판매를 늘릴 것인가, 어떠한 방법이 생산자들에게 더 도움이 될 것인가에 대한 고민이 있었다. 공정무역에 대해 모두 동의하고 있었으나, 판로확대를 위해 유기농과 같은 인증을 함께 도입하거나, 유기농 인증시스템을 구축하려고 준비하고 있는 곳도 있었다. 실제로 CDI & GFT나 Ecolink의 경우는 공정무역과 유기농 식품을 모두 취급하고 있었고, 유기농을 중심으로 한 네트워킹 강화를 시도하고 있었다. 생산자의 판로를 확대하고, 더 나은 가격을 받기 위해서 공정무역을 이용하고 있으며, 유기농 인증이나 다른 방법이 더 유효하다고 판단되면, 그것도 수용하려는 입장이었다.

FTO들이 FI나 WFTO에 가입한 것도 공정무역 취지에 동의하기 때문이지만, 동시에 글로벌 조직들에 가입되어 있는 해외 바이어들

과 거래를 확대하기 위해서이다. 이들은 내수를 확대하거나, 다른 인종에 참여하거나, 다른 판로를 개발하는 등의 다양한 대안을 고려하고 있었다.

대부분의 FTO들이 관행무역의 대안으로서 공정무역을 인지하기 보다는 자국 생산자들의 삶을 개선하고, 비즈니스를 확대하기 위한 전략으로 공정무역을 이용하려는 경향이 강했다. 이는 유럽이나 서구 소비국 FTO들의 접근과는 차이가 있다. 소비국의 FTO들은 관행무역을 벗어나 자본주의의 대안으로 공정무역을 실천하려는 의지가 강하다. 반면, 베트남 FTO들은 자본주의 시장질서인 관행무역을 변화시키고 새로운 구조와 제도를 만들겠다는 목적보다는 공정무역을 통해 생산자들을 지원하고 비즈니스를 강화하려는 의지가 강했다. 베트남 내부의 사회문제를 해결하는데 공정무역이 유효하다고 판단하여 공정무역이라는 글로벌 제도에 참여하였고, 조직의 목적을 공정무역을 통해 이루고자 한다. 공정무역에 참여하여 시장을 확대하려는 의지가 강했고, 그것이 이루어지지 않을 때는 불만을 드러내기도 했다.

이러한 공통점에도 불구하고 FTO들 사이에는 실천의 차이가 있었다. <표 7>은 FTO 간의 차이를 중심으로 각 사례를 분석한 것이다. FTO 별로 이익을 공유하는 수혜자의 범위가 달랐고, 생산자들을 육성하고 발굴하는 정도와 방식도 다르게 나타났다. 비즈니스를 강화해 가는데 초점을 맞추고 있는 FTO들과 사회를 변화시키는데 더 초점을 맞추고 있는 FTO가 있었으며, 이들이 만들어 내는 실천 또한 다양했다. 이러한 차이는, 초창기에 조직을 만들어 가는 설립자들의 차이 때문이기도 하다. 즉, 자신의 문제를 생산자 지원과 같은 비영리 활동을 통해 풀어가려 하는가, 혹은 비즈니스에 더 초점을 맞춰서 풀어가려고 하는가에 따라서 이후 접근이 다르게 나타나기도 한다. 그리고 이런 접근 방식의 차이가 정부 관계나 국내 인식개선 활동에

대한 의지 등에서도 다르게 나타났다. 베트남 전국에 독립적으로 존재하는 생산자를 육성하고자 하는 FTO들은(Craft Link, CDI & GFT) 지방정부와 우호적 관계를 형성하려고 하는 경향이 강한 반면, 생산자를 고용하면서 수출에 집중하려는 FTO들은(Ecolink, Craftbeauty) 정부와 독립적 관계를 형성하고자 했다. 이후 베트남 FTO들이 베트남 사회에 미치는 영향에 대해서는 시간을 가지고 관찰해야 하지만, 몇 가지 기준을 통해 비교하면 차이가 드러난다.

<표 7> 베트남 FTO 사례분석

FTO 이름	Craft Link, CDI & GFT	Ecolink	Craftbeauty
조직형태	NGO와 기업	기업	기업
조직의 존재이유	생산자 역량강화 및 판로확대	생산자 역량 강화 및 브랜드 구축	비즈니스 역량 강화
생산자 관계	독립 생산자 조직 육성	독립 생산자 조직 육성	내부 고용
네트워크 형성	공급사슬 상의 파트너와 해외 기관 등 폭넓게 형성	공급사슬 상의 파트너 유기농 네트워크	공급사슬 상의 파트너
교육과 옹호	생산자 뿐 아니라 소비자 대상 교육과 옹호 활동	생산자 역량 강화	생산자 역량 강화
접근 방식	개혁적 접근	절충적 접근	점진적 접근

출처: 저자

VI. 결론

본 연구는 생산국의 공정무역이 어떻게 발전하고 있는지를 기술하고, 생산국 FTO를 사례분석 하였다. 생산국 중에서도 베트남과 같이 사회주의시장경제체제를 통하여 경제사회발전을 추구하는 국가에서 공정무역이 어떤 모습으로 발전하고 있는지를 연구하였다. 대부분의 공정무역 생산국 연구는 공정무역의 영향과 성과에 대한 평가에 초점을 두고 있다. 그러나 본 연구자들은 공정무역 생산국가로는 많이 알려지지 않았고, 사회주의시장경제체제 하에서 국가 통제

력이 강한 베트남의 FTO들이 어떻게 발전하고 있는지를 연구하였다.

본 연구의 결과는 ‘베트남 FTO들은 발전초기부터 국제개발협력 단체의 협력과 지원을 받고 있지만, 그 보다 중요한 것은 자신들의 공정무역 실천 동기와 철학을 기반으로 자신의 발전동력을 얻고, 이를 통해서 독자적 발전 유형을 만들어가고’ 있다는 것이다. 아직 베트남의 독자적 발전전략과 유형이 무엇인지를 말하기는 쉽지 않다. 그러나 자생적으로 발전해온 베트남 FTO들이 베트남 공정무역의 가치와 비즈니스를 확장하고 촉진하는 주체라고 생각한다. 우리가 주목해야 하는 것은 다른 남반구 생산국처럼 북반구 FTO, 인증기관, 국제개발협력단체 등이 베트남 공정무역의 핵심주체가 아니라는 점이다.

베트남 FTO 사례분석 결과, 북반구 FTO가 오랫동안 실천결과로 얻은 개혁적 접근과 점진적 접근이라는 긴장과 공존관계를 베트남 공정무역에서도 볼 수 있다. 그리고 베트남 공정무역을 실천하는 FTO의 활동을 보면, 북반구 소비국의 주도성에 의존한다고만 생각할 수는 없다. 베트남 사회의 내부 개선요구와 발전 열망을 공정무역의 가치와 실천에서 스스로 찾고, 이를 기반으로 베트남 생산자의 역량개발을 도모하고 있다. 공정무역 실천에서 강조하는 생산자 역량강화가 국제 FTO만이 아니라 베트남 FTO에 의해서도 추진되고 있다는 말이다.

베트남에서 공정무역 비즈니스가 증가하면서, 일반 수출회사들이 해외 시장의 요구로 공정무역에 참여하고 있다. 그리고 이 과정에서 장기적 안목으로 공정무역을 지원하는 것이 아니라 단기수익을 우선으로 한 상품개발에 치중하고 있는 점도 지적할 수 있다. 이는 공정무역이 수출 확대에 유리할 것으로 판단한 기업들이 공정무역을 도구적으로 활용하려는 흐름이라고 할 수 있다.

본 연구자들은 개혁적 접근과 점진적 접근, 그리고 절충적 접근이 공존하는 긴장 관계가 베트남 공정무역의 현재와 미래를 설명하여 줄 것이라고 판단한다. 그렇기 때문에 후속연구를 통해서 베트남의 공정무역 발전과정을 지속적으로 관찰하고 분석하는 것이 필요하다. 공정무역 연구는 단지 공정무역에만 그치는 것은 아니라, 베트남 사회의 변화와 이 변화를 주도하는 주체의 변화까지 파악하는 연구가 될 수 있을 것이다.

공정무역은 비즈니스에 참여하기만 해서 효과가 나타나는 것은 아니다. 공정무역의 영향력에 관한 많은 연구에서 드러나듯이 공정무역의 영향력은 상황에 따라서 다르게 나타난다(Overseas Development Institute 2017). 따라서 장기적으로 베트남 사회에서 공정무역이 효과가 있는지를 확인하려면, 생산자부터 소비자까지의 가치사슬 상에 있는 주체들을 관찰하고 분석해야 한다. 그리고 어떤 상황에서 최고의 효과가 나타나는 지를 확인해야 한다.

본 연구는 베트남 FTO 중 4개의 조직 만을 사례연구방법으로 분석했다. 그러나 후속연구에서는 베트남 전체 FTO를 연구대상으로 하고, 이들이 베트남 사회에 미치는 영향력을 분석해야 할 것이다. 특히 FTO와 생산자 단체와의 관계를 분석하고, 베트남 중앙정부와 지방정부, 그리고 국제개발협력단체와의 협력관계까지 포괄적으로 분석할 필요가 있다. 연구범위와 대상, 그리고 연구방법의 확장을 통해 베트남 공정무역의 발전과 영향력, 그리고 현재와 미래에 대해서 더 많은 것을 알게 될 것이다.

〈참고문헌〉

- 김영신. 2016. “공정무역 소비 연구의 현황과 과제.” 『소비자정책교육연구』 12(1): 21-46.
- 엄은희. 2010. “공정무역 생산자의 조직화와 국제적 관계망 필리핀 마스코바도 생산자 조직을 사례로.” 『공간과 사회』 33: 143-182.
- 유소이. 2012. “윤리적 제품에 대한 소비자 구매 갭(Gap).” 『소비자문제연구』 41: 1-18.
- 이상율. 2016. “베트남의 지속가능한 커피 프로그램과 그 성과.” 『한국경제지리학회지』 19(2): 343-359.
- 이승철 · 정수열 · 조영국. 2016. “베트남 커피변경지역의 글로벌 가치사슬과 공유가치 창출.” 『한국경제지리학회지』 19(2): 399-416.
- 이한우 · 채수홍. 2017. “베트남 2016: 정치, 경제, 대외관계의 현황과 전망.” 『동남아시아연구』 27(1): 163-191.
- 장승권 · 김선화 · 조수미. 2016. “공정무역의 가치사슬과 주류화: 한국의 공정무역 사례.” 『국제지역연구』 25: 97-131.
- 조수미 · 장승권. 2016. “주요논리 관점에서 본 소비자생활협동조합의 전략: 아이쿱생협의 공정무역 사업 사례연구.” 『한국협동조합연구』 34(3): 95-120.
- 지호철 · 이승철. 2017. “베트남의 지속 가능한 커피 인증 프로그램의 도입과 한계: 비나카페를 사례로.” 『한국경제지리학회지』 20(4): 503-521.
- 차태훈 · 하지영. 2010. “공정무역 제품구매에 대한 탐색적 연구.” 『소비문화연구』 13: 1-20.
- 채수홍. 2013. “베트남 살쟁이 파업의 양상과 원인: 남부 빈즈엉

- (Binh Duong)을 중심으로.” 『동남아시아연구』 23(3): 1-48.
- Barrientos, Stephanie, Michael E. Conroy and Elaine Jones. 2007. “4 Northern social movements and Fair Trade” L. Reynolds, D. Murray and J. Wilkinson (eds), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalisation*, Oxford: Routledge.
- Craft Link. 2015. *20th Anniversary*. Hanoi: Craft Link
- Craft Link. 2018. <http://www.craftlink.com.vn/> (검색일: 2018.01.10)
- Davies, Iain. A. 2009. “Alliances and Networks: Creating Success in the UK Fair Trade Market.” *Journal of Business Ethics* 86(S1): 109-126.
- Ecolink Co. Ltd. 2015. “Introduction.” <http://www.ecolink.com.vn/introduction-T2d0v543.htm> (검색일: 2018.01.10)
- Ecolink. 2015. “History of Ban Lien COOP” <http://ecolink.com.vn/ban-lien-tea-cooperative-profile-T16d0v538.htm> (검색일: 2018.01.10)
- Fair Trade advocacy office. 2013 “The Definition of Fair Trade.” <http://fairtrade-advocacy.org/about-fair-trade/what-is-fair-trade/161-the-definition-of-fair-trade> (검색일: 2018.03.27)
- Fairtrade International. 2017a. “Annual Report 2016 - 2017.” <https://monitoringreport2016.fairtrade.net/en/asia-and-the-pacific/> (검색일: 2018.03.27)
- Fairtrade International. 2017b. “Asia and the Pacific.” <https://monitoringreport2016.fairtrade.net/en/asia-and-the-pacific/> (검색일: 2018.03.27)
- FLOCert. 2018. “Search our customer database.” <https://www.flocert.net/about-flocert/customer-search/> (검색일: 2018.03.27)
- Green Fair Trade & Production Company Limited. 2018. “Welcome

- to Green Fair Trade.” <http://greenfairtrade.com/welcome-to-green-fair-trade-c117.html> (검색일: 2018.01.10)
- Hutchens, Anna. 2010. “Empowering women through fair trade? Lessons from Asia.” *Third World Quarterly* 31(3): 449-467.
- Hutchens, Anna. 2009. *Changing big business: The globalisation of the fair trade movement*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Huybrechts, Benjamin. 2010. “Fair trade organizations in Belgium: unity in diversity?” *Journal of Business Ethics* 92(2): 217-240.
- Huybrechts, Benjamin. 2012. *Fair trade organizations and social enterprise: Social innovation through hybrid organization models*. Vol. 17. London and New York: Routledge.
- Keahey, Jennifer. 2015. “25. Fair trade and racial equity in Africa.” L. T. Raynolds and E. A. Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Lyon, Sarah. 2015. “24. Fair trade and indigenous communities in Latin America.” L. T. Raynolds and E. A. Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Makita, Rie and Tadasu Tsuruta. 2017. *Fair Trade and Organic Initiatives in Asian Agriculture*. London and New York: Routledge.
- Makita, Rie. 2015. “Fair trade and plantation workers in Asia.” L. T. Raynolds and E. A. Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Murray, Douglas L. and Laura T. Raynolds. 2007. "1 Globalization and its antinomies: Negotiating a Fair Trade movement" L. Raynolds, D. Murray and J. Wilkinson (eds), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalisation*, Oxford: Routledge.
- Nicholls, Alex and Charlotte Opal. 2005. *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*. London: Sage Publications, Inc.
- Overseas Development Institute. 2017. "The impact of Fairtrade: A review of research evidence 2009-2015." <https://www.odi.org/publications/10891-impact-fairtrade-review-research-evidence-2009-2015>. (검색일: 2018.03.27)
- Project Promoting Fair Trade in Viet Nam. 2015. *Assessment of Fair Trade Development Potentials in Tea, Coffee, Cocoa, Spice and Handcraft Industries in Viet Nam*. Hanoi: Vietnam Rural Industries Research and Development Institute. <http://fairtrade.org.vn/english/wp-content/uploads/training-docs/Fair-Trade-in-Vietnam-Final-Report-Eng.pdf> (검색일: 2018.01.10)
- Raynolds, Laura T. 2007. "Fair Trade bananas: Broadening the movement and market in the United States" L. Raynolds, D. Murray and J. Wilkinson (eds), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalisation*. Oxford: Routledge.
- Raynolds, Laura T. and Michael A. Long. 2007. "2 Fair/Alternative Trade: Historical and empirical dimensions" L. Raynolds, D. Murray and J. Wilkinson (eds), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalisation*. Oxford: Routledge.
- Raynolds, Laura T. and Nicholas Greenfield 2015. "2. Fair Trade: Movement and Markets." L. Raynolds and E. Bennett (eds.),

- Handbook of Research on Fair Trade*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Restakis, John. 2010. "8. Fair Trade and the Empire of Tea." *Humanizing the Economy: Co-operatives in the Age of Capital*. Canada: New Society Publishers.
- Smith, Sally. 2015. "23. Fair trade and women's empowerment." L. T. Raynolds and E. A. Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Tallontire, Anne. 2000. "Partnerships in fair trade: reflections from a case study of Cafédirect." *Development in Practice* 10(2): 166-77.
- Townsend, Janet G., Emma Zapata, Joanna Rowlands, Pilar Alberti and Marta Mercado. 1999. *Women and Power: Fighting Patriarchies and Poverty*. London: Zed Books.
- United Nations. 2018. "Population and Vital Statistics Report." <https://unstats.un.org/unsd/demographic-social/products/vitstats/index.cshtml> (검색일: 2018.03.14)
- Velly, Ronan L. 2015. "Fair trade and mainstreaming." L. T. Raynolds and E. A. Bennett (eds.), *Handbook of Research on Fair Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Viet Nam - EFTA Joint Study Group. 2011. "Report of the Viet Nam - EFTA Joint Study Group." <http://www.efta.int/media/documents/legal-texts/free-trade-relations/vietnam/EFTA-Vietnam%20Joint%20Study%20Group%20Report.pdf> (검색일: 2018.03.14)
- Viet Nam News. 2016. "VN needs fair trade certification system" *Viet Nam News* October 24, <http://vietnamnews.vn/economy/>

- 344941/vn-needs-fair-trade-certification-system.html#aLbksjjs3O1Yk7ck.97 (검색일: 2018.03.14)
- Viet Nam News. 2017. “Fair-trade status for VN cocoa to ease access to EU market” *Viet Nam News* November 17, <http://vietnamnews.vn/economy/417689/fair-trade-status-for-vn-cocoa-to-ease-access-to-eu-market.html#7PkHYxkIpEXpfriA.97> (검색일: 2018.03.14)
- Vietnam Cooperative Alliance. 2018. “Thống kê HTX trong cả nước theo lĩnh vực hoạt động năm 2017” <http://www.vca.org.vn/thong-ke/bao-cao-tong-hop/17909-thong-ke-htx-trong-ca-nuoc-theo-linh-vuc-hoat-dong-nam-2017.html> (검색일: 2018.03.27)
- WFTO and FI. 2009. “A Charter of Fair Trade Principles.” https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_us/documents/Fair_Trade_Charter.pdf (검색일: 2018.03.27)
- WFTO. 2018a. “Definition of Fair Trade.” <https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> (검색일: 2018.03.27)
- WFTO. 2018b. “Search Members/Supplies.” <https://wfto.com/find-supplier> (검색일: 2018.03.27)
- Yin, Robert K. 2003. *Case Study Research, Design & Methods Third Edition*. London: Sage Publications, Inc.

(2018.04.03. 투고, 2018.04.18. 심사, 2018.05.12. 게재확정)

<Abstract>

The Development of Vietnam's Fair Trade: The Case Study of Fair Trade Organizations

KIM Sunhwa · HWANG Seonyoung ·
NGUYEN Haphuong · JANG Seungkwon
(Sungkonghoe University)

This research is concerned with the current state and uniqueness of Vietnam's Fair Trade through the case study of Fair Trade Organizations (hereafter FTOs) in Vietnam. Vietnam has emerged a successful developing country with rapid economic growth under the socialist regime, while the income gap between the rich and the poor is still growing. Especially the poverty is becoming a serious issue for ethnic minorities and smallholder farmers in the mountainous areas. Fair Trade in the early stage has been initiated, and still is led by the charities and international development agencies of the Global North. But Vietnam's Fair Trade has been introduced by local Vietnamese who have been motivated to solve their own problems voluntarily. This is different from other Fair Trade producing countries in the Global South. It's noticeable that Vietnam's FTOs are playing a significant role of adopting and applying Fair Trade practices. Concerning Fair Trade producing countries the researchers are mostly focusing on Africa and Latin America and the themes are

mainly to do with the impact of Fair Trade producers. There are very few research outcomes on the analysis of producing countries' FTOs and their motives and developing processes. The research findings can contribute to understand not only Vietnam's challenges and issues, but also Fair Trade producing countries in general.

Key Words: Fair Trade, Vietnam, Fair Trade Organization (FTO), case study

