

육가공제품 구매 TV광고 영향 가장 커

- 햄 가장 많이 구입 78% -

소비자들은 육가공제품 가운데 햄을 가장 많이 구매하며 구매시 TV광고의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다.

이같은 사실은 농촌진흥청 농업경영관리실 이상영 박사가 본 회지에 실린 ‘육가공제품 소비에 영향을 미치는 요인 분석’이라는 연구사례에서 밝혔다.

이 논문에 따르면 이박사팀이 최근 서울지역 소비자 6백가구를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 응답자 592명 가운데 77.6%가 육가공제품 중 햄을 가장 많이 구입한다고 답했으며 14.9%는 장조림, 11.1%는 소시지라고 응답했다.

월 평균 육가공제품 구입비는 5천~1만5천원이 37.8%로 가장 많았으며 1만5천~3만원이 26.0%, 3만~5만5천원 22%순으로 나타났다.

또 광고가 제품구입에 어느 정도 영향을 미치는냐는 질문에 대해 92.2%가 “영향을 준다”고 밝혔으며 “전혀 영향을 받지 않는다”고 응답한 사람은 2.2%에 불과했다. 그러나 광고와 제품의 일치성에 대해서는 “일치한다”는 대답

과 “일치하지 않는다”는 대답이 각각 52.0%와 47.1%로 나타나 상당수 소비자들이 광고를 불신하고 있는 것으로 드러났다.

구매에 영향을 미치는 광고매체에 대해서는 응답자중 무려 84.1%가 TV라고 답했으며 6.8%는 포스터 및 팸플렛, 5.3%는 신문, 2.9%는 잡지라고 응답했다.

전체 응답자의 83.3%가 광고가 필요하다고 밝혔으며 그 이유로 47.6%가 제품의 정보습득, 24.1%는 다양한 선택, 2.4%는 신상품에 대한 정보를 꼽았다.

반면 “광고를 하지 말아야 한다”고 밝힌 16.7%는 그 이유로 53%가 과장 광고, 2.9%는 가격상승, 15%는 충동구매 등을 지적했다.

이 박사는 논문에서 “소비자들의 광고에 대한 의존도가 높게 나타난 반면 50%에 가까운 응답자들이 광고를 불신하고 있는 것으로 나타남에 따라 광고의 신뢰도를 높이기 위한 대책이 필요하다”고 말했다.