

제품구매에서 소비자의 안전추구행동 분석

Analysis of Consumers Behaviors in Pursuit of Safety in Purchases of Goods

성신여자대학교 가족문화소비자학과

교 수 허 경 옥*

Dept. of Family Culture and Consumer Science, Sungshin Women's Univ.

Professor : Huh Kyungok

<Abstract>

This research aims to examine and analyze behavior of consumers in pursuit of safety the basis of data Korea Consumer Agency in 2007 2,000 male and females older than 20 years old in Korea. In particular, this study investigates the impact of safety consciousness and life styles of consumers in pursuit of safety. Results of this research could be summarized as follows.

First of all, Korean consumers tend to place emphasis on factors such as price and freshness rather than safety in the purchase of vegetables, meats, rice, and fruit. Second, the safety consciousness of consumers is high among female young consumers among consumers showing intermediate positions for the issue of opening domestic markets for foreign agricultural products. Third, this study also examines the impact of life styles on consumers' behavior in pursuit of safety. Such behavior is high among consumers emphasizing values on family and current consumption and showing negative attitudes opening domestic markets for imported foreign agricultural products. Finally, behavior in pursuit of safety is high among female, high school graduated, family-oriented consumers and valuing leisure and showing negative attitudes opening domestic markets for foreign agricultural products. However, safety consciousness of consumers do not generate direct impact on patterns of pursuing safety.

▲주요어(Key Words) : 안전추구행동(consumers' pursuit of safety), 소비자 안전의식(consumers' awareness for safety), 구매 기준(criteria for purchase)

I. 서 론

경제성장, 소득수준 증가 등으로 소비생활이 과거보다 윤택해진 것은 사실이나 급속한 산업화의 진전에 따라 대량소비구조와 고도의 기술개발제품 그리고 수입제품이 급증하면서 제품의 안전성결여로 인한 소비자피해가 점차 증가하고 있다. 전열기 과열로 인한 화재, 압력밥솥 폭발, 집단식중독 사건 등과

같이 심각한 신체적 피해를 유발하는 사건에서부터 수입식품, 가구, 세제, 완구, 육아용품 등으로부터 오작동, 사용 부주의 등으로 발생하는 크고 작은 피해로 인해 소비자안전은 사회적 문제로 대두되고 있다. 최근 우리사회에서 안전치 못한 수입공산품이나 식품 등으로부터 국민의 안전이 위협받고 있다. 2007년 중국산 완구의 안전문제는 우리나라뿐만 아니라 유럽 등 전 세계 국가의 중요한 소비자정책 대상이 되기 시작하였고 소비자들은 소비자안전을 구매선택의 중요한 기준으로 삼기에 이르렀다. 그러나 우리나라 소비자들의 소비자안전의식은 낮은

* 주 저 자 : 허경옥 (E-mail : kohuh@sungshin.ac.kr)

것으로 발표되고 있고, 상품구입시 안전성을 가장 우선적으로 고려하는 소비자가 전체의 약 28% 정도에 그치고 있고, 소비자 안전을 확보하기 위한 노력을 전혀 보이지 않는 소비자도 약 39%로 보고된 바 있다(한국소비자원, 1998). 또한, 제조물책임법 시행(2002년), 한국소비자원의 소비자안전센터 설립(2004년), 소비자기본법에서의 소비자안전규정 강화(2006년) 등 정부의 안전 관련 정책이 강화되어 왔음에도 소비자위해 발생이 계속 되고 있어 소비자안전 확보는 사회적 과제가 되고 있다.

한편, 소비자안전이 확보되기 위해서는 의식주 등 일상생활 전 영역에서 안전한 생활중심으로 정착되어야 한다. 생활양식의 개념은 개인과 관련한 것을 기초로 하되, 사회적 네트워크, 가족과 사회 간의 관계 등을 모두 포함하는 것이다. 그러나 소비자안전은 생활양식과 연관지어 조사·분석한 선행연구는 존재하지 않고 있다. 따라서 본 연구에서는 생활양식을 소비자 안전을 이해하는 주요 요인으로 간주하여 지역사회와의 연계성, 가족과 사회관계, 개인적 특성 등을 포함하는 생활양식 개념을 도입하고 그 영향력을 검증하고자 한다. 특히, 소비자안전에 영향을 미칠 것으로 사료되는 건강 측면, 가족생활측면, 일과 여가와 관련한 측면 등을 포함하는 생활양식의 개념을 사용하고자 한다.

지금까지 논의한 바와 같이, 소비자안전이 소비자 개인, 사회, 국가적 차원에서 매우 중요한 사항임에도 불구하고 소비자안전과 관련한 연구는 충분하게 진행되어 오지 않았다. 주제 면에서 방법 측면에서 이 분야의 경험 연구가 미흡하였다고 판단된다. 지금까지 수행된 선행연구는 소비자안전의식 실태조사(한국소비자원, 1998, 배순영 등, 2006), 신문과 소비자전문잡지를 통한 시대적 소비자안전문제에 대한 파악연구(김성숙·이기춘, 1995), 소비자의 안전의식실태연구(양덕순·이기춘, 2002), 소비자안전 정보탐색행동 연구(김성숙·이승신, 2000), 소비자의 식품안전성에 대한 인지도 및 정보요구도 연구(김효정·김미라, 2002), 소비자안전의식과 소비자안전추구행동 연구(강수현, 1981, 이지은·이기춘, 1993, Brown et al., 1987, Kramer & Penner, 1987), 소비자안전추구행동에 영향을 미치는 변수 조사 연구(계선자, 1987; 이지은·이기춘, 1993)가 주를 이루고 있다. 지금까지 선행연구들을 종합적으로 살펴보면 소비자안전 분야의 연구주제가 다양하지 못하며, 최근의 자료를 사용한 연구가 부족하고, 전국 규모의 대표성 있는 자료를 사용하지 못하고 있다. 배순영과 연구자들(2006)은 소비자안전 제도의 수립과 시행도 중요하지만 가장 우선적으로 해야 할 일은 우리나라 소비자들의 안전수준에 대한 정확한 진단이 필요하다고 주장한 바 있다. 따라서 본 연구에서는 전국 규모의 대표성 있는 최근 자료를 사용하여 소비자의 안전의식 수준 그리고 소비자의 안전추구행동에 대해 조사·분석하고자 한다.

본 연구의 목적을 구체적으로 살펴보면, 첫째, 소비자의 안전추구행동의 현황을 조사한다. 조사대상 제품은 채소, 육류,

곡류, 과일, 자동차 5개와 술, 담배, 수입농산물 3개의 소비회피적 제품이다. 둘째, 소비자의 안전의식이 조사대상자의 사회·인구학적 특성, 생활양식에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사한다. 셋째, 5개 제품과 3개 소비회피적 제품의 안전추구행동에 영향을 미치는 요인을 조사한다. 다시 말해, 소비자 안전의식, 생활양식, 그리고 사회·인구학적 변수들이 소비자의 안전추구행동에 미치는 영향력을 조사하고자 한다.

본 연구는 소비자안전을 확보하기 위한 소비자단체, 기업, 정부의 다양한 정책수립 및 프로그램 활용에 기초 자료를 제공할 수 있다. 우리나라 소비자들의 최근 소비자안전의식은 어느 정도인지, 실제 안전추구행동 수준은 어느 정도인지에 대한 소비자안전을 확보하기 위한 소비자안전 정보제공, 홍보 및 캠페인, 소비자안전교육, 소비자안전정책 등에 유용하게 사용될 수 있다. 또한 제품을 구매할 때 소비자가 구매의사결정에 안전요인을 얼마나 고려하는가 하는 소비자안전추구행동에 대한 연구는 기업의 제품안전과 관련한 제품생산, 마케팅 전략 수립 등 경영전반에도 기초 정보를 제공할 수 있다.

II. 이론적 배경

1. 소비자안전의식 및 안전추구행동의 개념

소비자안전(consumer safety)이란 소비자위해가 없는 상태를 말한다. 다시 말해, 소비자가 제품이나 서비스를 구매, 사용, 처분하는 과정에서 생명, 신체, 재산상의 위협, 손해가 존재하지 않는 상태를 의미한다. 따라서 소비자안전은 다양한 소비자위험요인 또는 위해요인으로부터 위해가 발생하지 않도록 조치된 상태를 의미한다(배순영 등 2006). 소비자안전은 상대적 개념으로 사회적 가치판단 그리고 궁극적으로 소비자가 판단할 때 위해가 없는 상태를 의미한다. 배순영과 동료연구자들(2006)은 소비자안전체감지수를 개발하였는데 그 구성영역으로 위해발생 가능성, 안전 중요도 인식, 위해경험정도, 위해심각성 정도 4가지 측면을 포함하였다. 이들의 개념은 소비자안전의식을 포괄하는 넓은 범위의 개념으로 이해할 수 있다. 한편, 소비자안전추구활동은 소비자의 생명, 신체, 재산에 영향 미치는 위해요인을 제거·최소화하려는 여러 활동을 포함한다(소비자안전센터, 2002).

소비자들의 의식이나 태도는 소비자행동을 설명하는 중요한 요인이다. 소비자들의 안전의식 역시 소비자의 구매행동에서 안전추구행동을 설명하는 중요한 변수로 간주할 수 있다. 양덕순·이기춘(2002)은 소비자의 안전의식은 제조물책임법에서도 중요한데 그 이유는 결함상품으로 인한 피해발생에도 영향을 미치기 때문이라고 주장하였다. 또한, 그들은 소비자가 위험회피적 인지, 안전을 얼마나 중시하느냐가 상품 관련 사고

와 밀접하게 연관되어 있다고 주장한 바 있다. 이때, 소비자의 안전의식은 상대적인 개념으로서 사회적 가치판단에 의해 결정된다고 덧붙였다. 김성숙·이기춘(1998)은 소비자의식을 소비자문제나 소비자역할에 대하여 사회적으로 규정되는 사상, 감정, 이론, 견해라고 정의 내렸다. 한편, 이지은·이기춘(1993)은 소비자안전에 대한 태도 개념을 사용하였다.

이 분야의 선행연구는 소비자안전의식 개념을 사용 한 연구(예: 한국소비자보호원, 1993; Feldman, 1991; 김성숙·이기춘, 1998 재인용), 특정 제품에 대한 안전의식 또는 안전태도 개념을 사용한 연구(예: 공업진흥청, 1989, 윤희원, 1989, 최병선, 1989; Darden, 1994, Chipman et al., 1995, Grobe, Douthitt, 1995, Wessells, Anderson, 1995; 김성숙, 이기춘, 1998 재인용)로 구분할 수 있다.

한편, 소비자들의 안전추구행동에 대해 김성숙·이기춘(1998)은 소비자안전을 세 가지 유형의 개념으로 구분하였는데 안전추구행동, 안전대처행동, 안전전략이 그것으로, 이들의 개념은 비슷한 맥락으로 혼돈·사용되어 안전의식과 안전추구행동의 개념이 명확히 구분하기 힘들다고 하였다. 이들은 소비자안전추구행동을 안전을 의식적으로 반영하는 행동, 심리적 측면을 강조하는 개념이라고 정의 내렸다.

2. 소비자안전추구행동 관련 요인 및 선행연구고찰

소비자들의 안전추구행동을 설명하는 대부분의 선행연구는 공통적으로 사회·인구학적 특성이 소비자안전추구행동에 미치는 영향, 소비자안전의식이 소비자안전추구행동에 미치는 영향을 분석하는 연구가 가장 많았는데, 연구들의 결과는 서로 일치하지 않고 있다. 일부 선행연구(예: 강수현, 1981, 이지은, 이기춘, 1993)에서는 안전에 대한 의식이나 태도가 소비자안전추구행동에 정적인 영향을 미친다는 것이 검증되었고, 반면 다른 연구(예: Brown, et al., 1987, Kramer, Penner, 1987)에서는 안전의식이나 태도와 안전추구행동이 인과관계가 없거나 정적 영향이 검증되지 않음을 밝히고 있다. 이 같은 이유에 대해 김성숙·이기춘(1998)은 선행연구들이 각기 서로 다른 제품을 대상으로 하고 있거나 조사 시기가 다르기 때문으로 해석한 바 있다. 한편, 소비자안전추구행동을 설명하는 또 다른 변수는 소비자교육경험, 소비자전문지 구독경험, 위해경험 여부 변수로써 이들 변수는 대체로 소비자안전추구행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 발표되었다(계선자, 1987, 이지은·이기춘, 1993).

지금까지 소비자의 안전추구행동 관련 변인을 조사한 선행연구에 대해 살펴보았다. 그러나 생활양식, 소비생활유형 등이 소비자안전추구행동에 미치는 영향력을 조사한 연구는 찾을 수 없다. 소비자의 안전추구행동은 소비자의 생활양식에 따라 차이가 있을 수 있다고 사료된다. 특히, 안전을 중요시하고

안전한 제품을 구매하기 위해서는 안전에 대한 정보, 안전제품에 대한 추가적 지출 등 소비자의 선택적 행동이 필요한 것인데 이는 소비자의 삶 양식, 생활양식에 의해 영향을 받을 수 있다고 판단된다. 따라서 본 연구에서는 생활양식에 따라 소비자안전의식, 소비자안전추구행동에 어떤 차이가 있는가를 조사하고자 한다. 이 같은 시도는 소비자안전 연구에 있어서 생활양식의 중요성에 대한 인식을 높이는 계기를 제공하며, 새로운 연구 분야를 제시할 수 있다. 소비자의 성별, 연령, 교육수준 등의 사회·인구학적 변수만으로는 소비자안전의식이나 소비자안전추구행동을 충분히 설명하기 어렵다고 판단되기 때문이다.

소비자의 안전제품구매 행동 관련 연구는 다양하게 진행되어 왔는데 소비자안전문제가 특히 심각한 특정 제품을 조사하는 연구, 제품과 연관시켜 소비자안전 정보와 관련한 연구, 소비자안전에 대한 인지도 연구 등이다. 지금까지의 선행연구를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 김성숙·이기춘(1995)은 1991년부터 1993년까지 신문과 소비자 전문잡지에 게재된 소비자안전문제 기사 또는 논의를 내용을 조사하였다. 조사결과 신문에서는 식품, 환경, 의약·위생 관련 용품에 대한 소비자안전 문제가 가장 많이 제기된 반면, 소비자 전문잡지의 경우 자동차, 아동용품, 의류장신구 등 일상용품인 것으로 나타났다. 가장 문제시 되는 소비자안전 문제 영역은 유해물질, 위생문제, 의약품위해, 안전사고, 환경안전, 감전누전화재, 식품첨가물, 주택결함, 자동차안전 순서로 나타났다. 소비자안전 문제 영역 별로는 신문의 경우 유해물질, 위생문제, 환경안전, 의약품위해 순서인 반면, 소비자 전문잡지의 경우 위생문제, 유해물질, 감전누전화재, 기타 안전사고 순서로 밝혀져 소비자전문지는 일상적인 삶에서의 안전문제에 관심을 많이 두고 있는 것으로 드러났다. 한편, 이들의 연구를 통해 소비자안전정보나 안전문제가 주로 신문이나 언론을 통해 소비자들에게 전달되었음을 확인할 수 있는데, 앞으로는 소비자들이 인터넷 카페, 의사전달 및 교류의 장, 소비자의견전달 및 집단행동 등 다양한 채널에서 소비자안전문제나 안전정보가 소비자들에게 어떻게 효율적으로 전달되고 활용되는가 등에 대한 연구·조사가 필요함을 알 수 있다. 또한, 이들의 연구를 통해 소비자안전 관련 정보의 효율적 수집, 생산, 유통, 전달(이해) 등을 위한 다양한 법제도 개선, 시스템 구축, 소비자참여가 시급함을 알 수 있다.

김성숙·이승신(2000)은 농산물, 가공식품, 가스기구, 전자제품, 가정용화학제품 5가지를 대상으로 질문지법과 표적집단면접법(FGI)을 사용하여 상품안전정보에 대한 소비자행동을 연구하였다. 연구결과에 따르면 소비자들은 안전문제에 대해 매우 불안해 하지만 대안모색에는 수동적인 태도를 보이고 있고, 안전정보의 이해보다는 안전정보의 획득에 더 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 소비자들은 안전정보가 불확실한 환경에서 안전성의 대리 지표로서 제품보증, 상표, 광고, 가격을 상당히 활용하고 있는 것으로 드러났다. 따라서 이

같은 연구결과를 통해 소비자들이 아직도 소비자안전정보를 충분히 얻지 못하고 있음에 주목하여야 하고 또한 안전정보를 활용할 수 있는 전략이 부족함에 주목하여야 한다. 또한, 이들의 연구 결과에서 소비자의 안전정보요구도, 안전 대리지표의 활용정도, 안전정보탐색행동에 영향을 미치는 요인은 구매시 안전 고려 정도, 안전지향성 등 심리적 변수와 안전정보요구도, 안전 대리지표의 활용정도 변수인 것으로 나타났다. 결국, 안전정보탐색행동에는 안전과 관련한 소비자의 태도나 심리적 변수들의 중요함을 알려 준다. 이들의 연구이외에도 소비자들의 안전정보탐색행동에 대한 선행연구결과(최병선, 1990; 김성숙·이기춘, 1995)들은 대체로 일치하고 있는데, 그것은 소비자들이 안전정보를 대중매체에서 주로 얻고 있다는 것, 즉 소비자 안전정보의 전달은 아직까지 매스미디어의 역할이 가장 큼을 알 수 있다.

김효정·김미라(2002)는 소비자의 식품안전성에 대한 인지도 및 정보요구도에 대한 분석을 방사선조사 식품과 환경호르몬에 초점을 두고 수행하였는데, 연구결과 소비자들의 이들 제품에 대한 관심은 매우 높았으나 인지수준은 매우 낮았고, 정보요구도는 매우 높은 것으로 밝혀졌다. 이들은 연구결과를 통해 소비자들이 자신이 섭취하고 있는 식품에 대해 정확한 정보를 가지고 있지 못하므로 식생활과 관련한 소비자정보제공 및 소비자교육의 필요성을 주장하였다.

배순영과 연구자들(2006)은 소비자안전의 전반적 수준을 파악하고 소비자안전체감지수를 개발하였으며 소비자안전정책에 대한 제언을 제공하였다. 연구결과 소비자들은 막연한 불안감을 가지고 있었는데 안전표시 확인 노력은 비교적 잘 기울이고 있으나 안전실천 수준은 낮았고, 향후 소비자안전정책의 내용상 우선순위는 식품부분이라고 주장하였다. 또한, 소비자안전교육에 있어서 소비자의 위해발생불안감에 대한 적절한 인식제고, 위해통제가능성과 관련하여 소비자선택 및 소비자주의 노력 향상, 안전지향과 안전을 확보하기 위한 행동습관이 중요하다고 하였다.

양덕순·이기춘(2002)은 현행 제로물책임법의 재검토를 위해 소비자의 안전의식실태를 상품 관련 위해정보의 인지, 상품 구입시 안전성 고려 정도, 상품표시 및 위험경고 표시에 대한 반응, 상품안전에의 지불용의, 상품관련 위해실태에 나타난 안전의식, 총 5 가지측면의 실태를 조사하였다. 이들의 조사결과에 따르면 우리나라 소비자의 안전의식 수준은 낮은 편이고, 소비자단체 등을 통한 소비자교육 수준이 낮으며, 소비자전문지를 통한 위해정보 수집수준도 낮은 수준이며, 국가의 위해정보수집 활동도 매우 미흡한 것으로 조사되었다. 또한, 많은 사람들이 대기업이나 유명회사 제품을 비교적 안전한 것이라고 생각하고 있었으며, 소비자들은 상품의 성능이나 품질에 우선관심을 보이는 반면, 안전성에 대한 고려는 크지 않음을 밝혔다. 상품의 경고나 취급설명서에 대해서도 관심을 보이는 소비자가

적었고, 경고나 설명서에 대한 반응수준도 낮은 것으로 나타났으며, 안전상품에 대한 지불용의가 낮은 것으로 조사되었다. 김태균·최관(1997)은 식품의 안전성에 대한 소비자 가치 측정을 가상적 가치평가 방법을 응용하여 분석한 결과 포도의 잔류농약 안전성에 대한 소비자의 지불의사금액은 1 kg 당 3,200원 또는 3300원인 것으로 평가되었다.

지금까지 수행된 소비자안전 관련 우리나라의 선행연구를 살펴본 결과 대부분 소비자안전의식, 소비자안전정보탐색에 대한 연구들은 연구주제가 다양하지 못하고, 최신 대표성 있는 자료를 사용한 연구가 부족하며, 소비자의 실제 구매행동에 초점을 둔 연구는 부족하다. 따라서 본 연구에서는 여러 제품들의 구매에 있어 소비자가 제품구매시 안전을 의사결정에서 중요하게 고려하는 소비자의 안전추구행동에 대해 최근의 자료, 전국 규모의 대표성 있는 자료를 사용하여 분석하고자 한다.

한편, 소비자안전과 관련한 외국의 선행연구들을 살펴보자. Chipman 등(1995)은 FGI(표적집단 면접법) 방법으로 농촌지역 거주 비농민, 농촌지역 거주 농민, 도시지역거주 비농민 집단을 대상으로 농약사용 농산물에 대한 위험인지를 비교·분석한 결과 농촌지역 거주 농민의 경우 나머지 집단에 비해 농약사용 농산물에 대해 보다 긍정적인 태도를 보이는 것으로 드러났다. Huang(1993)은 농약사용 농산물에 대한 소비자들의 위험인지, 소비자태도, 비농약 유기농산물 구매의사에 대해 공변량구조 분석을 통해 조사한 결과 소비자들의 농약사용 농산물에 대한 위험인지 수준이 비농약농산물 구매를 위한 추가적 비용지불에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 연구자는 식품안전과 관련한 소비자위험인지 및 소비자태도 등에 대한 연구결과를 토대로 식품안전 관련 소비자교육은 여성, 흑인, 중산층, 교육수준이 낮은 소비자들을 대상으로 보다 확대되어야 한다고 주장하였다. Huang 등(1999)는 가족의 건강상태, 높은 소득수준이 수경재배 농산물 등 비농약농산물 구매에 가장 중요한 요인이라고 밝혔다. 수경재배 농산물이 일반 농산물의 가격보다 15% 이상 비쌀 경우 연령이 높은 소비자, 소득수준이 높은 경우, 외식비 지출이 많은 경우 수경재배 농산물을 구매할 가능성이 높아지는 것으로 나타났다. Mazis, Raymond(1997)는 제조자의 건강 관련 주장이 식품 용기에 표시하는 방법과 광고에 제공하는 것에 대한 소비자 지각을 조사한 결과 두 방법에 대해 소비자들은 차이를 인지하지 못하는 것으로 드러났다. 그러나 이 같은 제조자의 건강 관련 주장이 식품의 영양가 표시와 함께 제공될 경우 영양가표시 없이 건강 관련 주장만 제공되는 경우에 비해 긍정적인 지각을 하는 것으로 나타났다. Oglethorpe와 Monroe(1994)는 건강과 안전에 위험한 제품(hazardous products) 8 가지(담배, 다이어트 식품, 아스피린, 에어로졸, 자전거, 두발 건조기 등)를 분석대상으로 소비자의 건강과 안전(위험인지)에 대한 지각에 영향을 미치

는 요인을 조사하였다. 이 연구에서는 위협에의 접근성(availability), 위협조절 가능성(controllability), 두려움(dreadedness), 양면성(reversibility), 비극성(catastrophic potential), 5가지 요인이 위협발생의 가능성과 위협 심각성 두 매개변수에 영향을 미치고 최종적으로 위험인지에 영향을 미치는 모델을 설정하여 이들 변수들의 영향력을 확인하였다. Rimal 등(2001)은 대부분의 소비자들이 채소에의 농약잔여물, 축산물 생산을 위해 가축에 약품 사용, 식물이나 동물에 성장호르몬제 사용 등으로 인한 식품위험에 대해 걱정하고 있으나, 실제 구매행동에서는 단지 35%의 소비자만이 이 같은 위험을 걱정하여 소비행동을 바꾸는 것으로 드러났다. 즉, 위해식품에 대한 소비자들의 인지나 걱정 수준은 높으나 이 같은 인지가 실제 구매행동의 변화로 이어지지 않음을 밝혀냈다. 이들은 이 결과를 기초로 식품 소비행동의 변화를 유도하는 교육을 소비자들에게 제공하는 것만이 식품안전에 대한 위협을 줄일 수 있는 방법이라고 주장하였다. Subrahmanyam과 Cheng(2000)은 GMO(유전자 조작) 식품에 대한 소비자들의 태도와 인지도를 조사한 결과 86%의 소비자들이 GMO 식품임을 표시하는 것이 필요하다고 인지하고 있는 것으로 드러났다. 그런데, 여성이 남성보다 유전자조작식품에 대한 위험인지 수준이 높았으나, 대학원 이상 졸업자, 기혼자, 15세 이하 어린이 소비자, 힌두교를 믿는 소비자들이 GMO식품에 대한 위험인지 수준이 낮은 것으로 드러났다. 반면, 채식주의자들이 그렇지 않은 소비자들보다 GMO식품에 대한 위험인지 수준이 높은 것으로 나타났다. Teague, Anderson(1995)은 육류와 닭고기에 대한 안전 관련 표시 유형/방법에 대한 소비자들의 선호도를 FGI 법을 통해 조사한 결과 소비자들은 짧은 안전지침 표시, 그림이나 기호 형태의 표시, 왜 안전하지 못 한가 등에 대한 이유 설명을 선호하는 것으로 나타났다.

지금까지 논의한 외국의 선행연구들을 대략적으로 정리·종합해 보면, 소비자안전과 관련한 연구들이 다양한 세부 주제를 가지고 연구해 오고 있으며, 조사방법도 설문조사 이외에 FGI 방법 등 다양한 연구조사 방법을 활용하고 있으며, 소비자안전문제를 소비자의식 이외에 소비자의 구매행동에 초점을 두는 연구가 점차 늘어나고 있음을 알 수 있다.

III. 연구방법

1. 자료수집 방법 및 조사대상

본 연구에서는 한국소비자원에서 2007년 9월 3일부터 9월 15일까지 2주간 실시한 「국민소비행태 및 의식구조 조사」 자료를 사용하였다. 조사지역은 전국 25개 지역으로 광역시 5개, 시 지역 11개, 군 지역 9개로서 인구, 성별, 연령별 모집단

특성을 비례층화한 조사이다. 조사방법은 설문서에 의한 타계식 개별면접방식을 취하였다. 최종적으로 조사대상자는 전국에 거주하는 20세 이상 남녀 총 2,000 명이 선정되었다. 「국민소비행태 및 의식구조 조사」에서 조사한 주요 내용은 소비자의식과 행태 관련 트렌드 및 특성을 파악하고 이를 통해 국민소비생활합리화 및 소비자경쟁력 제고 방안 마련이 주요 목적인다고 밝히고 있다. 본 연구에서는 소비자의 안전추구행동을 분석하고자하므로 제품별 제품 구매시 주요 기준 사용, 환경의식 및 안전의식, 생활양식, 사회·인구학적 특성 등의 변수를 주로 사용하였다.

2. 연구문제

본 연구에서는 소비자들이 제품을 구매할 때 안전을 구매의 중요한 기준으로 고려하는지 즉 소비자의 안전추구행동에 대해 분석한다. 구체적으로, 첫째, 채소, 육류, 곡류, 과일, 자동차 구매에 있어 소비자가 안전성을 구매의 중요한 제 1 순위 또는 제 2 순위 기준으로 고려하는 가를 조사하여 안전추구행동의 실태를 파악한다. 또한 구매 회피적 제품인 술, 담배, 수입농산물의 구매 또는 소비현황을 조사한다. 둘째, 소비자안전의식이 사회·인구학적 특성, 농산물수입개방 태도, 생활양식에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사한다. 셋째, 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치는 요인을 5개 제품과 3개 회피성 제품으로 구분하여 조사한다. 또한, 8개 제품을 통합하여 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치는 변수가 어떤 것인가를 조사한다.

3. 조사도구 및 척도의 구성

본 연구는 소비자들의 소비자안전의식, 안전추구행동의 현황을 파악하고, 안전추구행동에 영향을 미칠 것으로 사료되는 변수로서 사회·인구학적 특성, 생활양식 변수, 안전 관련 변수를 독립변수로 사용하였다. 본 연구에서 사용한 사회·인구학적 특성은 성별, 기혼여부, 소득, 학력, 취업여부, 연령 등이다. 생활양식 변수는 가족지향성, 여가지향성, 건강지향성, 미래지향성 4 가지 측면으로 측정하였다. 이들 4 가지 측면의 생활양식 유형은 5점 리커트 척도로 측정하였는데, 가족지향성은 직장 못지않게 가정이 더 중요하다, 주말이나 휴일은 주로 집 밖에서 보낸다(역코딩) 의 2개 질문에 대한 5점 값의 합(10점 만점)으로 측정하였다. 건강지향성은 정기적으로 하는 운동이 있다, 건강을 위해 음식을 가려 먹는다, 건강을 위해 영양제나 보약을 먹는다 의 3개 질문으로 측정하였고, 여가지향성은 취미활동을 위한 모임에 정기적으로 참여한다, 소득과 자유 시간에서 자유 시간을 늘리고 싶다 의 2개 질문으로 측정하였다. 마찬가지로, 미래지향성은 앞으로 우리 집의 소비생활사정은 나아질 것이다, 향후 노후생활을 위한 대비를 하고 있다, 현재생활보다

미래생활을 더 중시한다 의 3개 질문에 대한 5점 척도 값의 합으로 측정하였다.

한편, 소비자의 안전의식은 2개 질문, 4점 척도에 대한 합산으로 측정하였다. 2개 질문은 “귀하는 현재 우리 사회가 각종 소비생활 상품·서비스로부터 얼마나 안전하다고 생각하십니까?”, “귀하는 우리나라 소비자들의 전반적인 안전사고에 대한 예방의식은 어떻다고 생각하십니까?” 이다. 한편, 본 연구에서 환경의식과 농산물수입에 대한 태도 변수를 사용하였는데 환경의식은 2개 질문, 5점 척도로 측정하였고, 설문에서의 질문은 경제발전보다 환경이 우선이다, 환경문제 개선은 장기적으로 경제발전에 기여 한다 이다. 농산물수입개방에 대한 태도는 1개 질문에 대한 5점 척도로 측정하였다.

본 연구의 종속변수인 소비자의 안전추구행동은 배순영과 동료연구자들(2006)의 소비자안전체감지수 개발에서 구성영역으로 포함한 안전 중요도 인식 개념을 응용하였다. 한국소비자원의 「국민소비행태 및 의식구조 조사」자료에서 안전추구행동을 측정하기 위한 질문은 소비자가 채소, 육류, 곡류, 과일, 자동차 5개 제품을 구매할 때 구매기준 9 가지 중 가장 중요하게 고려하는 기준 1 순위와 2 순위를 적도록 하는 것이다. 9 가지는 가격, 신선도, 품질, 영양, 안전성, 신뢰성, 포장 및 외관, 표시내용, 원산지인데, 이중 안전성을 1 순위 또는 2 순위로 답한 경우 해당 제품에 대한 안전추구행동을 1 로 처리하고 그렇지 않은 경우 0 으로 처리하는 방법, 즉 가변수로 측정하였다. 한편, 술, 담배, 수입농산물 3개 제품의 경우 소비 회피적 제품으로써 구매의 빈도 또는 소비량을 중심으로 구매여부, 즉 가변수 측정하였다. 술의 경우 한 달에 한 번 이하(전혀 안 마심 포함)로 마시는 경우 안전추구행동을 1 로, 그 이상 더 자주 마시는 경우 0 으로 측정하였다. 담배의 경우 피우지 않는 경우 1 로, 피우면 0 으로, 수입농산물의 경우 조사대상자가 구매결정시 안전성을 가장 중요한 기준으로 고려하는 경우 1 로 그렇지 않은 경우 0으로 처리하였다.

4. 자료분석방법

질문지를 통해 수집된 자료는 SPSS WIN(ver 14.0) 통계프로그램을 사용하여 분석하였다. 먼저, 소비자의 사회·인구학적 특성, 안전의식, 제품별 안전추구행동 등의 일반적 특성을 조사하기 위해 평균, 빈도 등 기술통계분석(descriptive statistics)을 수행하였다. 소비자안전의식이 소비자의 사회·인구학적 특성, 생활양식에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사하기 위해 t검증 또는 분산분석(ANOVA: Analysis of Variance)을 실시하였다. 분산분석결과 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 경우 사후검증방법인 Duncan Test 를 실시하였다. 한편, 제품별로 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치는 변수를 조사하기 위해 로지스틱(logistic) 분석을 수행하였다. 끝으로, 8개 제품의 총

합산 값, 즉 8개 제품에 대해 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치는 변수를 조사하기 위해서는 회귀분석(Regression Analysis)을 수행하였다.

V. 결과 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <표 1>에 제시한 바와 같다. 먼저, 조사대상자는 여성, 남성 각각 약 50%이며, 조사 대상자의 약 74%는 결혼한 소비자 나머지 26%는 미혼인 것으로 나타났다. 소득수준의 경우 월평균소득이 100만원 미만인 경우가 조사대상자 중 약 10%, 100만원에서 200만원 사이가 약 31%, 201만원에서 300만원 사이가 33%, 300만원 이상의 소득을 가지고 있는 경우가 전체의 약 26%로 나타났다. 조사대상자의 학력을 조사한 결과 약 65%는 고졸이하, 33%는 대졸, 1%는 대학원 졸업이상인 것으로 나타났다. 한편, 취업여부를 조사한 결과 33%는 취업하지 않았으며, 67%는 취업한 소비자로 나타났다. 조사대상자의 연령의 경우 20대가 24%, 30대 27%, 40대 25%, 50대 16%, 60대 이상 약 9%인 것으로 나타났다. 한편, 가족지향성은 10점 만점에 평균 6.74로, 여가지향성은 10점 만점에 4.89로 나타나, 여가지향성보다 가족지향성의 평균값이 높음을 알 수 있다. 3개 질문, 총 15점 만점으로 측정된 건강지향성은 평균 8.26 미래지향성은 6.63으로 건강지향성의 평균점수가 높음을 알 수 있다. 결국, 가족지향성과 건강지향성 수준이 대체로 미래지향성과 여가지향성에 비해 높은 수준이라 하겠다. 농산물 수입개방에 대한 태도는 평균 2.90으로 나타났고, 환경의식은 10점 만점에 평균 7.08, 안전의식은 8점 만점에 5.34로 나타났다.

소비자가 제품을 구매할 때 안전을 1순위 또는 2순위로 고려하는지를 통해 소비자의 안전추구행동을 조사하였다. 조사결과는 <표 2>에 제시한 바와 같다. 먼저 채소의 경우 소비자의 안전추구행동, 즉 안전성을 구매결정시 1순위 또는 2순위로 고려하는가를 조사한 결과 5% 만이 안전을 1순위 또는 2순위로 고려하고 있음을 알 수 있다. 채소구매에서 가장 먼저 고려하는 기준은 신선도(41%), 다음이 가격(19%), 기타(신뢰성, 포장, 외관, 표시, 원산지), 품질(14%) 순서로 나타났다. 육류의 경우 조사대상 소비자의 약 10%, 곡류 약 7%, 과일 6%, 자동차 19%만이 안전을 중요한 기준으로 삼고 있는 것으로 나타났다. 이 조사결과를 통해 농산물 구매에서 대부분의 소비자가 안전을 1 또는 2 순위로, 즉 우선적으로 고려하고 있지 않음을 알 수 있다. 대신, 신선도가 가장 중요한 기준이었고, 다음이 품질이나 맛 가격 정도의 순서임을 알 수 있다. 농산물 중에서는 육류 구매시 채소, 곡류, 과일 보다는 안전을 중요한 기준으로

<표 1> 조사대상자들의 일반적 특성

변 수	구 분	빈도(%)	변 수	구 분	빈도 (%)
성 별	남 자	997 (49.9)	기혼여부	미 혼	504 (26.2)
	여 자	1003 (50.2)		기 혼	1421 (73.8)
소 득	100만원미만	192 (9.6)	학 력	중졸이하	251 (12.6)
	101-200만원	623 (31.2)		고 졸	1058 (52.9)
	201-300만원	658 (32.9)		대 졸	667 (33.3)
	300-400만원	292 (14.6)		대학원졸	24 (1.2)
	400만원이상	235 (11.8)			
취업여부	비취업	665 (33.3)	전문직 여부	비전문직	918 (68.8)
	취 업	1335(66.7)		전문직	417 (31.2)
가구원 수 (M=3.51, S.D.=1.27)	1인	101 (5.1)	연 령 (M=41.33, S.D.=12.69)	20-30세	485 (24.3)
	2인	355 (17.8)		31-40세	525 (26.3)
	3인	454 (22.7)		41-50세	490 (24.5)
	4인	732 (36.6)		51-60세	330 (16.5)
	5인 이상	358 (17.9)		60세 이상	170 (8.5)
학령기별 자녀 존재 가구 수	유치원	207 (10.3)	가족지향 (M=6.74, S.D.=1.68)	매우소극 (1~4)	193 (9.7)
	초등생	384 (19.2)		소 극 (5~6)	657 (32.8)
	중고생	374 (18.7)		적 극 (7~8)	847 (42.4)
	대학생	240 (12.0)		매우적극 (9~10)	303 (15.1)
여가지향 (M=4.89, S.D.=1.75)	매우소극 (1~3)	466 (24.9)	건강지향 (M=8.26, S.D.=2.54)	매우소극 (1~5)	481 (24.1)
	소 극(4~5)	742 (39.7)		소 극 (6~8)	783 (39.2)
	적 극(6~7)	511 (27.3)		적 극 (9~11)	559 (28.0)
	매우적극(8~10)	152 (8.1)		매우적극 (12~15)	177 (8.9)
미래지향 (M=6.63, S.D.=1.84)	매우소극 (1~4)	258 (12.9)	농산물 수입개방태도 (M=2.90, S.D.=1.21)	폐쇄적 (1~2)	940 (47.0)
	소 극 (5~6)	721 (36.1)		중 간 (3)	271 (13.6)
	적 극 (7~8)	686 (34.3)		개방적 (4~5)	789 (39.5)
	매우적극 (9~15)	335 (16.8)			
환경의식 (M=7.08, S.D.=1.70)	매우소극 (1~4)	145 (7.3)	안전의식 (M=5.34, S.D.=1.03)	매우소극 (1~2)	2 (0.1)
	소 극 (5~6)	641 (32.0)		소 극 (3~4)	444 (22.2)
	적 극 (7~8)	839 (42.0)		적 극 (5~6)	1335 (68.4)
	매우적극 (9~10)	375 (18.7)		매우적극 (7~8)	219 (11.9)

삼는 소비자가 다소 많음을 알 수 있다. 한편, 자동차의 경우 안전을 중요한 기준으로 삼는 소비자가 약 19%로 농산물 보다는 그 비중이 높으며 동시에 다른 요인인 가격, 성능, 연비, 색상 등의 기준보다 안전을 중요시하고 있음을 알 수 있다. 결국, 자동차 구매에 있어서도 소비자는 안전이외에도 가격, 성능/기능, 연비, 색상이나 디자인 등도 중요한 기준으로 삼고 있음을 알 수 있다.

한편, 소비회피성 제품인 술의 경우 조사대상 소비자의 28%는 전혀 마시지 않고 있었고, 17%는 1달에 1회 이하로 술을 마시고 있었다. 담배의 경우 75%가 구매를 끊거나 전혀 구매하지 않고 있었다. 수입농산물의 경우 약 20%가 수입농산물을 구매할 때 안전성을 구매의 주요 기준으로 삼고 있는 것으로 나타났다. 각 8개 제품의 구매에서 안전추구성향은 가변수로 측정하였으므로 총 8개 제품에서의 안전추구행동 값을 합한 값, 즉 8점 만점의 소비자안전추구행동변수의 경우 조사대상 소비자의 약 절반 정도가 2점 이하로 나타났고, 44%는 3점

또는 4점으로, 5점 이상인 경우는 약 5%로 밝혀졌다.

2. 소비자 안전의식의 차이 검증

소비자의 안전의식이 사회·인구학적 특성, 농산물 수입개방에 대한 태도에 따라 차이가 있는가를 조사하기 위해 t 검증(t-test)과 분산분석(ANOVA)을 수행하였고 그 결과는 <표 3>에 제시하였다. 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

소비자의 안전의식의 경우 성별, 연령, 가족 수, 농산물 수입개방 태도에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 소비자의 안전의식은 여성, 연령이 낮은 경우 가족 수가 3인인 경우, 농산물수입개방에 대해 중간적 입장, 즉 긍정적이거나 부정적이지 않은 경우 높은 것으로 나타났다. 다시 말해, 남성, 고연령자, 가족 수가 2인인 경우, 수입농산물에 대해 긍정적인 태도를 갖고 있는 경우 안전의식이 낮음을 알 수 있다. 결국, 남성, 가족수가 적은 경우, 수입농산물에 대해 긍정적인 태도를

<표 2> 조사대상 소비자의 안전추구행동 특성

변 수	구 분	빈도(%)	변 수	구 분	빈도 (%)
채 소	안전우선	201 (5.1)	육 류	안전우선	406 (10.2)
	가격우선	769 (19.3)		가격우선	664 (16.7)
	신선도우선	1638 (41.2)		신선도우선	1048 (26.4)
	품질(맛)우선	555 (13.9)		품질(맛)우선	689 (17.3)
	영양우선	250 (6.3)		영양우선	207 (5.2)
	기타a우선	565 (14.2)		기타a우선	963 (24.2)
곡 류	안전우선	257 (6.5)	과 일	안전우선	226 (5.7)
	가격우선	635 (15.9)		가격우선	497 (12.5)
	신선도우선	256 (6.4)		신선도우선	1576 (39.6)
	품질(맛)우선	743 (18.7)		품질(맛)우선	849 (21.3)
	영양우선	530 (13.3)		영양우선	211 (5.3)
	기타a우선	1559 (39.2)		기타a우선	620 (15.6)
자동차	안전우선	757 (19.2)	술	매일 마심	27 (1.4)
	가격우선	684 (17.4)		1주일 5-6	53 (2.7)
	브랜드우선	279 (7.1)		1주일 3-4	199 (10.0)
	색상/디자인우선	403 (10.2)		1주일 1-2	423 (21.2)
	AS우선	243 (6.2)		한달 2-3	401 (20.1)
	연비우선	590 (14.9)		한달 1이하	342 (17.1)
	성능/기능우선	650 (16.5)		안 마신다	555 (27.8)
	기타b우선	333 (8.4)			
담 배	피운다	512 (25.6)	수입 농산물	가격비싸도우리농산물	394 (19.7)
	안 피운다	1346 (67.3)		비싸면 수입농산물	584 (29.2)
	끊었다	142 (7.1)		원산지무관 안전우선	777 (38.9)
총8제품 안전구매	0 제품	73 (3.7)		원산지무관 가격우선	245 (12.3)
	1~2개 제품	952 (47.6)			
	3~4개 제품	881 (44.0)			
	5~8개 제품	94 (4.7)			

참조: 기타a 는 신뢰성, 포장/외관, 표시내용, 원산지 포함, 기타b 는 회사의 평판, 할부조건, 잔존가치 포함.

참조: 채소, 육류, 곡류, 과일, 자동차의 빈도수는 소비자가 구매시 중요하게 고려하는 요인 1순위, 2순위, 2개를 고르도록 한 후 빈도 수 합산.
 참조: 총 8제품안전구매의 경우 8개 제품별로 안전을 중요한 기준으로 고려한 경우 1, 그렇지 않은 경우 0으로 처리한 후 8개 합산(술, 담배: 안 마신다/피운다, 수입농산물: 우리농산물 구매 또는 원산지 무관 안전 우선의 경우 1로 처리).

가진 소비자들을 대상으로 안전의식을 높이기 위한 홍보, 정보 제공, 소비자안전교육이 필요하다고 하겠다.

3. 소비자의 안전추구행동 결정요인 분석

여러 제품별로 소비자가 제품을 구매할 때 안전성을 가장 중요한 기준으로 고려할 것인지의 여부에 어떤 변수가 영향을 미치는 가를 조사하기 위해 로지스틱(Logistic) 분석을 실시하였다. 이때, 독립변수는 소비자의 사회·인구학적 변수, 생활양식, 안전의식, 환경의식, 수입농산물에 대한 태도로 구성하였다. 분석 결과는 <표 4>와 <표 5>에 제시하였다.

로지스틱분석을 수행한 결과 5 가지의 제품에서 채소를 제외한 나머지 4개의 제품구매에서 본 연구의 모델이 통계적으로 적절한 것으로 드러났다. 채소의 경우 농산물수입개방에 대한 태도만이 채소구매시 안전성을 제 1 순위 또는 제 2 순위, 즉 우선적으로 고려하는지의 여부에 영향을 미치는 것으로 드러났다. 소비자가 농산물수입개방에 대해 부정적일 수록 채소 구매시 안전을 우선적으로 고려하고 있음을 알 수 있다.

한편, 육류구매의 경우 생활양식유형 변수와 농산물수입개방에 대한 태도가 육류구매시 안전성을 구매결정에서 우선순위 기준으로 삼을 것인지에 영향을 미치는 것으로 드러났다. 가족 지향적일 수록, 여가 지향적이지 않을수록(일 지향적일 수록) 육류 구매시 안전성을 구매의 중요한 기준으로 고려할 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 농산물수입개방에 대한 태도의 경우 채소와 마찬가지로 부정적 일수록 안전성을 구매할 때 가장 우선적으로 고려하고 있음을 알 수 있다.

곡류의 경우 가족지향적 일수록 그리고 여가지향적 일수록, 과일의 경우 환경의식이 높을수록 그리고 농산물수입개방에 대해 부정적 일수록 구매시 안전성을 중요한 기준으로 선택함을 알 수 있다. 자동차의 경우 여러 변수들에 의해 영향을 받는 것으로 드러났다. 여성, 기혼자, 연령이 높을 경우, 가족 지향적일 수록, 여가 지향적이지 않을 수록(일 지향적), 미래 지향적이지 않을 수록(현재 지향적) 소비자가 자동차구매시 안전성을 구매의 우선적 중요기준으로 고려함을 알 수 있다.

한편, 소비회피적 제품의 경우를 살펴보면, 앞서의 5개 제품에 비해 술과 담배, 수입농산물의 경우 여러 변수들에 의해

<표 3> 소비자의 안전의식의 차이 검증

변 수	구 분	소비자안전의식		
		평 균	t/F값	D
성 별	남 성	5.28	-2.44**	
	여 성	5.39		
결혼여부	미 혼	5.38	.987	
	기 혼	5.32		
취업여부	비취업	5.30	-1.21	
	취 업	5.36		
교육수준	고졸 이하	5.34	-.046	
	대졸 이상	5.34		
연 령	20-30세	5.41	3.55***	b
	31-40세	5.42		b
	41-50세	5.30		b
	51-60세	5.28		ab
	61세 이상	5.12		a
가계소득	100만원 이하	5.42	1.74	
	101-200만원	5.35		
	201-300만원	5.38		
	301-500만원	5.21		
	501만원 이상	5.28		
가족 수	1인	5.34	2.78*	ab
	2인	5.23		a
	3인	5.45		b
	4인	5.29		ab
	5인 이상	5.39		ab
농산물 수입개방태도	부정적	5.35	2.47*	ab
	보 통	5.44		b
	긍정적	5.28		a

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

참고: 다른 문자로 표시된 그룹 간에는 통계적으로 유의한 차이가 있음을 의미.

영향을 받는 것으로 드러났다. 여성, 미혼, 나이가 많은 경우, 가족 수가 적은 경우, 환경의식이 높을 수록, 농산물수입개방에 대해 긍정적인수록 소비자의 술 소비가 적음을 알 수 있다. 다시 말해, 남성, 기혼자, 나이가 많은 경우, 가족 수가 많은 경우, 환경의식이 낮은 경우, 농산물수입개방에 대해 부정적인 경우 1달에 1회보다 더 많이 술을 마시고 있는 것으로 나타났다. 담배의 경우 여성, 고졸이하, 나이가 적은 경우, 가족지향적인 경우, 건강지향적인 경우, 여가지향적인 경우, 미래지향적이지 않은 경우, 환경의식이 높은 경우, 농산물수입개방에 대한 태도가 긍정적인 경우 담배 소비가 전혀 없는 것으로 나타났다. 수입농산물 구매를 살펴보면, 여성인 경우, 대졸인 경우, 가계소득이 높은 경우, 가족지향적인 경우, 건강지향적인 경우, 미래지향성이 낮은 경우(현실지향적인 경우), 농산물수입개방에 대한 태도가 부정적인 경우 수입농산물 구매에서 안전을 제일 중요한 기준으로 삼고 있는 것으로 드러났다.

지금까지의 연구결과를 정리해볼 때, 대체로 소비자의 사회·

인구학적 특성이나, 소비자의 환경의식 그리고 소비자안전의식은 소비자의 제품구매에서 안전추구행동에 유의한 영향을 미치지 않고 있음을 알 수 있다. 반면, 생활양식유형의 영향력이 존재하는 것으로 나타났는데, 전반적으로 가족지향성은 소비자의 안전추구행동에 정적(positive) 영향을, 미래지향성보다는 현재지향성이 정적 영향을 미침을 알 수 있다. 건강지향성은 소비 회피적 제품에 영향을 미치고 있으나 일반 농산물에는 영향을 미치지 않고 있다. 한편 여가지향성의 영향력은 정적 영향과 부정(negative) 영향력이 혼재하고 있음을 알 수 있다.

4. 생활양식 및 관련 변수가 안전추구행동에 미치는 영향

소비자의 안전추구행동은 8가지 제품에 대한 안전제품구매여부의 합산 값으로 측정하였는데, 소비자의 안전추구행동 영향을 미치는 변수가 어떤 것인가를 조사하기 위해 회귀분석

<표 4> 소비자의 안전추구행동 영향 요인 분석: 5개 제품 (n=1,806)

변수/품목	채 소	육 류	곡 류	과 일	자동차
사회인구학적 특성					
성별(여성=1)	-.11	.06	-.27	.11	.22*
대졸여부	-.19	.00	-.31	-.13	.02
결혼여부	-.06	-.27	.01	.39	.11*
가계소득	-1.9	.01	-.01	-.11	.06
연령	.00	-.00	.01	-.00	.00*
가족 수	.08	.05	.00	-.02	.04
생활양식					
가족지향성	-.06	.17***	.21***	-.07	.01*
건강지향성	.03	-.03	.03	-.00	-.04
여가지향성	.03	-.08**	.08*	.06	-.05*
미래지향성	-.03	.01	-.03	.04	-.08***
환경의식	.00	.03	.02	.11*	.01
안전의식	.07	.04	.02	.01	.07
농산물수입개방태도	-.13*	-.17***	-.01	-.23***	.00
상수	-2.41**	-1.3*	-1.25	-1.17	-.15
-2 Log Likelihood	1105.14	1481.64	1014.80	1111.16	2207.48
Model Chi-Square	12.69	76.39*	28.42***	38.23***	43.12***
Concordant rate	90.7	84.4	91.6	90.3	68.3

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 5> 안전추구행동 영향 요인 분석: 소비회피적 제품

(n=1,806)

변수/품목	술	담배	수입농산물
사회인구학적특성			
성별(여성=1)	1.63***	3.36***	.58***
대졸여부	.03	-.24*	.24*
결혼여부	-.30*	.04	.13
가계소득	-.03	-.00	.16***
연령	.01***	-.02***	.01
가족 수	-.09*	-.05	.02
생활양식			
가족지향성	.21***	.20***	.11***
건강지향성	.01	.08***	.04*
여가지향성	.01	.09*	.04
미래지향성	-.01	-.15***	-.08**
환경의식	.12***	.23***	.04
안전의식	.02	-.07	-.01
농산물 수입개방 태도	.26***	.20***	-.41***
상수	-4.63***	-1.86*	-3.15***
-2 Log Likelihood	2111.98	1412.29	1635.40
Model Chi-Square	364.30***	650.10***	140.55***
Concordant rate	69.9	81.0	81.1

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 6> 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치는 요인 조사

독립변수	안전추구행동	
	비표준화	표준화
사회인구학적 특성		
성별(여성=1)	.76***	.32***
대졸여부	-.04***	-.01***
결혼여부	-.10	-.03
가계소득	.01	.01
연령	-.00	-.01
가족수	-.02	-.02
생활양식		
건강지향성		
가족지향성	.01*	.02*
여가지향성	.02*	.04*
미래지향성	-.06***	-.09***
환경의식	.00	.00
안전의식	.01	.01
농산물수입개방 태도	-.06***	-.09***
상수	1.29	
F값	21.02***	
R ²	.14	
adjusted R ²	.13	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

참조: 안전추구행동의 경우 총 8개 제품 각각에 대해 안전을 중요기준으로 구매한 경우 1로, 그렇지 않은 경우 0으로 처리하여 총 8점 만점.

(Regression Analysis)을 수행하였다. 독립변수로는 소비자의 특성과 생활양식유형, 기타 관련 특성 변수를 사용하였다. 분석 결과는 <표 6>에 제시한 바와 같다.

분석결과를 구체적으로 살펴보면, 소비자의 안전제품추구 성향에 대한 본 모델은 적절한 것으로 나타났고, 모델의 설명력은 14%로 밝혀졌다. 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치는 변수는 성별, 대졸여부, 가족지향성, 여가지향성, 미래지향성, 농산물수입개방태도 변수로 나타났다. 그런데 소비자의 안전의식은 안전추구행동에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 선행연구결과와 부합하고 있다. Huang(1993), Rimaletal(2001)의 연구에서도 본 연구결과와 유사하게 소비자의 안전의식과 구매행동 간에 인과관계를 찾지 못하고 있다. 소비자들의 의식은 행동에 중요한 요인일 수 있으므로 향후 소비자안전의식의 영향력에 대한 추가 조사 및 심층분석을 수행할 필요가 있다고 하겠다.

개별 독립변수들의 영향력을 구체적으로 살펴보면, 여성, 고졸 소비자, 가족 지향적, 여가 지향적, 현재 지향적인 소비자, 농산물수입개방에 부정적인 소비자의 경우 제품구매에서 안전을 중요한 기준으로 삼고 있는 것으로 나타났다. 결국, 남성, 대졸 소비자, 농산물수입개방에 긍정적인 소비자들의 소비자

안전추구행동 수준을 높이기 위한 다양한 안전정보제공, 홍보 및 캠페인, 소비자안전교육이 필요함을 알 수 있다. 또한, 가족지향성, 여가 및 현재지향성이 소비자의 안전추구행동의 원인이 될 수 있으므로 소비자안전이 이 같은 생활양식에 중요함을 반영하는 각종 프로그램 개발이 필요하다고 하겠다. 한편, 건강지향성은 안전추구행동에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 결과는 본 연구에서 안전추구행동 변수는 구매행동 측면에서 조사하고 있는데, 소비자들의 건강지향성이 안전한 제품을 구매하는데 영향을 미치지 않고 있음을 보여주고 있다. 건강을 추구하더라도 안전한 제품구매로는 이어지는 이유는 소비자들의 경제적 상황, 안전제품에 대한 소비자행동의 직접적 연결 부족 등으로 추측된다. 향후 이 부분에 대한 추가적, 심층적 조사·분석이 필요하다고 하겠다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 8개 제품을 대상으로 소비자가 구매할 때 안전성을 구매의 중요 기준으로 고려하는 가를 조사하여 소비자의 안전추구행동을 파악하였다. 또한, 소비자안전의식과 제

품구매시 소비자안전추구행동에 영향을 미치는 요인을 조사하였는데, 독립변수로서 사회·인구학적 특성, 농산물 수입 개방 태도, 생활양식 특성에 따라 어떤 차이가 있는가를 조사하였다. 분석결과를 정리 요약하면 다음과 같다.

첫째, 소비자들은 농수산물의 구매에서 안전을 제 1순위 또는 제 2순위로 고려하지 않음을 알 수 있었다. 반면, 조사대상자 중 약 19%가 자동차를 구매할 때 안전성을 구매기준의 제1 또는 제2 순위로 고려하는 것으로 나타나, 안전이 중요한 구매기준이 되고 있음을 알 수 있다. 육류의 경우 조사대상자의 단지 10%, 곡류 6%, 과일 10%가 구매시 안전성을 가장 중요한 기준으로 고려하고 있었다. 이 결과를 통해 자동차를 제외하고, 소비자들은 농산물의 경우 신선도, 가격, 맛 등 다른 요인을 안전보다 중요한 기준으로 고려함을 알 수 있다. 결국, 우리 사회에서 그 동안 농약 및 GMO(유전자조작) 식품으로 인한 소비자문제가 사회적 문제로 심각하게 대두되어 온 것에 비해, 소비자들이 실제 농산물 구매시 안전을 가장 중요한 기준으로 삼고 있지 않음에 주의할 필요가 있다. 본 연구결과는 배순영과 동료들(2006)의 연구에서도 농산물 등 식품안전정책이 다른 제품분야보다 우선순위가 있다고 주장한 내용을 지지하고 있다. 농산물의 경우 실제 구매단계에서 소비자가 안전성을 가장 중요한 요인으로 고려하기 위해서는 농산물의 소비자안전에 대한 정확한 정보제공, 제품의 안전 관련 표시 및 안전제품 홍보, 농산물의 소비자안전과 관련한 각종 소비자교육 등이 필요하다고 하겠다.

둘째, 소비자 안전의식의 경우 여성, 연령이 낮은 경우, 가족 수가 3인 인 경우, 농산물 수입개방에 대해 중간적 입장(부정적이거나 긍정적이지 않은)을 가지고 있는 경우 높은 것으로 나타났다. 한편, 건강지향성, 가족지향성, 여가지향성의 수준에 따라서는 유의한 차이가 없으나 소비자가 미래지향적일수록 안전의식이 높은 것으로 나타났다.

셋째, 구매제품별로 구분하여 분석한 결과 채소의 경우 농산물수입개방에 부정적인 소비자, 육류의 경우, 가족지향적일수록, 일 지향적일수록, 농산물 수입개방에 대한 태도가 부정적일수록 안전성을 구매의 중요한 기준으로 삼고 있었다. 곡류의 경우 가족지향적일수록 그리고 여가 지향적일수록 과일의 경우 환경의식이 높을수록 그리고 농산물수입개방에 대해 부정적일수록 안전구매추구행동을 보이는 것으로 나타났다. 자동차의 경우 여성, 기혼자, 연령이 높은 경우, 가족 지향적일수록, 여가 지향적이지 않을수록(일 지향적), 미래지향적이지 않을수록(현재 지향적) 안전성을 중요한 구매기준으로 고려하고 있었다. 여성, 미혼, 나이가 많은 경우, 가족 수가 적은 경우, 환경의식이 높을수록, 농산물수입개방에 대해 긍정적일수록 소비자의 구매가 적음을 알 수 있다. 담배의 경우 여성, 고졸이하, 나이가 적은 경우, 가족지향적인 경우, 건강지향적인 경우, 여가지향적인 경우, 미래지향적이지 않은 경우, 환경의식이

높은 경우, 농산물수입개방에 대한 태도가 긍정적인 경우 담배 소비를 전혀 하지 않는 것으로 나타났다. 끝으로, 수입농산물의 경우 여성인 경우, 대졸인 경우, 가계소득이 높은 경우, 가족지향적인 경우, 건강지향적인 경우, 미래지향성이 낮은 경우, 농산물수입개방에 대한 태도가 부정적인 경우 수입농산물 구매에서 안전성을 제일 중요한 기준으로 삼고 있는 것으로 드러났다.

지금까지의 결과를 정리·종합해 볼 때 소비자의 사회·인구학적 특성, 환경의식과 소비자안전의식은 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치지 않고, 생활양식이 중요한 변수임을 알 수 있다. 특히 가족지향성은 정적 영향을 미치며, 여가지향성은 정적 영향과 부적 영향이 혼재되어 있고 미래지향성은 부적 영향을 미치고 있다. 또한, 농산물수입개방에 대한 부정적인 태도는 소비자의 안전추구행동에 영향을 미치고 있었다.

넷째, 8개 제품 통합적으로 고려할 때, 소비자의 안전의식은 소비자의 안전추구행동에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 드러났다. 제품 구매시 안전성을 가장 중요한 기준으로 고려하는 소비자는 여성, 고졸 소비자, 가족지향적소비자, 여가 지향적 소비자, 현재 지향적 소비자, 농산물수입개방에 부정적인 소비자로 나타났다.

본 연구결과를 중심으로 몇 가지 제언하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구결과에서 드러난 결과, 즉 소비자들이 제품 구매시 안전을 가장 중요한 기준으로 고려하지 않고 있었고, 소비자의 안전의식이 제품 구매시 안전추구행동으로 이어지지 않는 점을 충분히 인식하여, 소비자안전의식의 중요성보다는 실제 구매행동에서 소비자의 안전추구행동에 초점이 맞추어지는 소비자교육 그리고 소비자안전정보제공이 필요함을 알 수 있다. 소비자단체, 언론, 정부 기관에서 소비자안전을 확보하기 위한 식품 및 제품의 구매행동에 대한 지침, 홍보, 교육에 소비자안전의식보다는 실제 구매행동수준을 높이는 데 방향이 맞추어져야 한다.

둘째, 소비자안전의식이 안전추구행동에 직접적인 영향을 미치지 않고 그동안 소비자안전에 대한 언론 및 사회적 분위기만 막연히 고조되었을 뿐임을 추측할 수 있다. 따라서 실제 구매단계에서 안전이 중요한 기준이 되지 않는 것에 대한 사실 인식, 원인 분석, 향후 개선 방안 등에 대해 심층적인 연구 및 조사가 필요하다.

셋째, 본 연구결과에서 대체로 남성, 가족 지향적이지 않은 경우, 미래지향적인 경우, 농산물수입에 대해 긍정적인 경우 안전추구행동 수준이 높지 않은 것으로 나타났으므로, 이들을 대상으로 소비자안전추구행동을 높이기 위한 각종 프로그램개발 및 전략이 필요하다. 또한, 소비자안전과 관련한 각종 소비자교육 및 정보제공을 수행한 경우 그 효과를 사전·사후 조사하여 이들 정보 및 교육의 문제점 및 장점, 정보·교육내용 및 정보·교육방법의 질적 향상 등에 대한 연구조사도 병행되어야 한다. 소비자의 안전의식이 높으나 실제 구매행동에서 안전을 추구하지 않는 소비자의 안전한 제품구매를 촉진시킬 수 있는

정책, 안전이 의사결정의 가장 중요한 기준이 되도록 하는 각종 정책, 소비자교육 프로그램, 각종 홍보 및 정보제공 방안에 대한 구체적인 조사 및 분석이 더욱 필요하다.

본 연구가 최신의 대표성 있는 전국 규모의 자료를 사용하여 소비자들의 안전추구행동을 연구한 점에서 가치가 있으나 향후 소비자들의 안전 관련 행동에 대한 다양한 주제의 연구, 다양한 방법을 활용한 조사가 더욱 필요하다. 본 연구에서 생활양식과 소비자안전의식 그리고 소비자안전추구행동과 관련한 연구를 활성화시키는 계기가 될 것으로 보인다. 본 연구를 계기로 이 분야의 연구 나아가 보다 확대된 분야의 연구가 활성화될 것으로 보인다. 특히, 소비자안전과 관련한 세부적이고 구체적인 이슈를 연구주제로 조사·분석하는 연구, 실제 소비자행동과 관련이 깊은 이슈 등을 다루는 후속연구가 활발하게 수행되기를 기대한다.

【참 고 문 헌】

- 강수현(1981). 안전행위를 위한 심리적 접근방법에 관한 연구. 경희대학교 석사논문.
- 강창경·정순희·허경옥(2003). 소비자 법과 정책. 시그마프레스
- 계선자(1981). 도시주부가 인지한 소비자문제와 해결방법에 관한 연구. **한국가정관리학회지**, 5권(1), 85-100.
- 공업진흥청(1989). 제조물책임에 관한 조사 연구.
- 김기옥·허경옥·정순희·김혜선(2001). 소비자 및 시장경제. 시그마프레스.
- 김성숙·이승신(2000). 상품 안전정보에 관한 소비자행동 연구, **소비자학연구**, 11(3), 59-85.
- 김성숙·이기춘(1995). 한국 대중매체에 나타난 소비자안전문제의 내용분석-1991년부터 1993년까지의 신문과 소비자전문지를 중심으로. **대한가정학회지**, 33(1), 19-32.
- 김성숙·이기춘(1995). 소비자의 안전의식과 안전추구행동. **대한가정학회지**, 36(3), 1-14.
- 김성천(2005). 서비스안전법제의 개선방안 연구. 한국소비자보호원 연구보고서.
- 김성천(2005). 소비자안전과 내부고발자 보호방안. 한국소비자보호원 연구보고서.
- 김영신·김인숙·이희숙·강성진·유두련(2007). 새로 쓰는 소비자법과 정책. 교문사.
- 김영신·이희숙·유두련·이은희·김상욱(2002). 소비자정보 관리의 이해. 시그마프레스.
- 김용희(1989). 소비자상품안전을 위한 규제분석들에 대한 기초 연구. **한국가정관리학회지**, 7(2), 213-223.
- 김현주(2006). 소비자위해감축방안에 관한 연구. 한국소비자보호원 연구보고서.
- 김효정·김미라(2002). 소비자의 식품안전성에 대한 인지도 및 정보요구도에 관한 분석: 방사선조사식품과 환경호르몬을 중심으로. **한국식생활문화학회지**, 17(2), 153-164.
- 김태균·최관(1997). 식품의 안전성에 대한 소비자 가치 측정-가상적 가치평가의 수정. **농업경제연구**, 38(2), 1-17.
- 박성용(2006). PL법상 표시결합의 표시광고법예의 적용에 관한 연구. 한국소비자보호원 연구보고서.
- 배운영·김정천·이기현·김현주(2006). 소비자안전체감지수의 개발 및 산출에 관한 연구. 한국소비자보호원 정책자료
- 양덕순·이기춘(2002). 소비자의 안전의식을 고려한 현행 제조물책임법의 재검토. **소비자학연구**, 13(1), 1-24.
- 이기현(2006). 식품안전에 관한 소비자인식 조사 및 제도개선 방안 연구. 한국소비자보호원 연구보고서.
- 이지은·이기춘(1992). 서울시 주부소비자의 안전 추구행동에 관한 연구. **생활과학연구**, 17.
- 최광준(1996). 소비자안전 및 부당광고: 물품검사를 통한 안전적·정보 제공적 소비자보호. **한독법학**, 12, 163-177.
- 최병선(1989). 소비자보호를 위한 정부역할 및 규제의 합리화. **행정논총**, 28(1), 179-210.
- 허경옥(2000). 정보사회와 소비자. 교문사.
- 산업자원부 기술표준원(2007). 리콜 가이드라인 제정공청회. 공청회자료집.
- 한국소비생활연구원(2006). 식중독 사고 왜 빈번한가. 2006 소비자 식품안전 심포지엄.
- 한국소비자보호원(1989, 1993, 1998). 소비자위해실태 및 안전의식.
- 한국소비자보호원(2006). 소비자위해정보백서.
- 한국소비자보호원(2005). 공산품안전제도 개선 위해사려 연구. 산업자원부, 기술표준원 연구용역보고서.
- Brown. S. A., Crown. E. M. & Marshall. S. P (1987). Consumer Beliefs about a Attitude toward Intentions to Purchase Fire Resistant Products. *Advanced Council on Consumer Interests*, 379-385.
- Chipman. H., Kendall. P., Auld. G., Slater. M. & Keefe. T. (1995). Consumer Reaction to a Risk/Benefit/Option Message about Agricultural Chemicals in the Food Supply. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(10), 144-163.
- Darden W.R. & Babin B. J. Griffin M. & Coulter R. (1994). Investigation of products Liability Attitudes and Options: A Consumer Perspective. *The Journal of Consumer Affairs*, 28(1):54-80
- Feldman. L. P. (1991). *Consumer Protection: Problems and Prospects*(2nd ed.). St. Paul. Mn: West.
- Grobe D. & Douthitt R. (1995). Consumer Acceptance of

Recombinant Bovine Growth Homan: Interplay Between Belief and Perceived Risks. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(1), 128-143.

Huang, C. L. (1993). Simultaneous-equation model for estimating consumer risk perceptions, attitudes, and willingness-to-pay for residue-free produce. *Journal of Consumer Affairs*, 27, 2, 377-396.

Huang, C. L., Kan, K., Fu, T. (1999). A generalized binary-ordinal probit model of consumer willingness-to-pay for food safety in Taiwan. *Journal of Consumer Affairs*, 33, 1, 76-91.

Kramer. C. S. & Penner. K. P. (1987). Food Safety Information and Regulation: Are these Substitutes or Complements? *Advanced on Consumer Interests*, 373-378.

Mazis, M. B., Raymond, M. A. (1997). Consumer perceptions of health claims in advertisements and on food labels, *Journal of Consumer Affairs*, 31, 1, 10-26.

Oglethorpe, J. E., Monroe, K. B.(1994). Determinants of perceived health and safety risks of selected hazardous products and activities. *Journal of Consumer Affairs*, 28, 2, 326-346.

Rimal, A., Fletcher, S. M., McWatters, K. H., Misra, S. K., Deodhar, S. (2001). Perception of food safety and changes in food consumption habits: a consumer analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 25, 2, 43-52.

Slater, M., Keefe, T. (1995). consumer reaction to a risk/Benefit/option message about agricultural chemicals in the food supply. *The Journal of Consumer Affairs*, 29, 1, 144-163.

Subrahmanyam, S., Cheng, P. S. (2000). Perceptions and attitudes of Singaporeans toward Genetically Modified Food. *Journal of Consumer Affairs*, 34, 2, 269-290.

Teague, J. L., Anderson, D. W. (1995). Consumer preferences for safe handling labels on meat and poultry, *Journal of Consumer Affairs*, 29, 1, 108-127.

Wessells. C. R. & Anderson. J. G. (1995). Consumer Willingness to Pay for Seafood Safety Assurances. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(1), 85-107.

접수 일 : 2008년 06월 03일

심사 일 : 2008년 08월 06일

심사완료일 : 2008년 09월 08일