

# 한미FTA에 대한 소비자전망과 소비자태도\*

## Consumers' Expectation and Consumers' Attitude on Korea-U.S.A. FTA

가톨릭대학교 생활과학부

교수 김경자\*\*

Dept. of Consumer & Housing, The Catholic Univ. of Korea

Professor : Kim, Kyung-Ja

---

### <Abstract>

This study examined the expectations and attitudes of urban Korean consumers with respect to the Korea-USA Free Trade Agreement (FTA), which was drafted on April, 2007. The data were collected through online surveys in which 527 adults answered structured questionnaires. The results showed that the number of consumers who favored the Korea-U.S.A. FTA was almost twice the number of those who objected to it. Most of the consumers surveyed expected not only positive effects but also negative ones from the FTA, and the more consumers expected positive effects from the FTA, the more they tended to have positive attitudes toward the trade agreement. The effects of consumers' individual characteristics on their expectations and attitudes were also analyzed in this experiment.

---

▲주요어(Key Words) : 한미FTA(Korea-U.S.A. FTA), 소비자전망(consumers' expectations) 소비자태도(consumers' attitudes)

### I. 서론

GATT 이후 세계 무역시장의 새로운 질서로 자리잡았던 WTO체제의 문체해결을 위해 FTA로 대표되는 지역주의가 확산되고 있다. FTA(Free Trade Agreement)란 일반적으로 지리적으로 인접한 2개국, 또는 2개국 이상의 국가들이 동등한 지위 하에 공동의 경제적 이익을 추구할 목적으로 동맹을 결성하여 회원국 간에는 어떠한 차별적인 대우도 존재하지 않는 단일경제권을 형성하는 상호지역협정을 의미한다. 1992년의 EU출범과 1994년 NAFTA 발효를 계기로 협정국간 무역자유화와 관세인하에 초점을 두는 상호지역협정이 증가하여 2007년에는 세계총무역의 50%이상을 지역협정내의 무역이 차지하고 있다.

초기의 전통적인 FTA와 개도국간의 FTA는 상품분야의 무역자유화 또는 관세인하에 초점을 두어왔다. 그러다가 점점 FTA가 개방을 통해 경쟁을 심화시킴으로써 생산성 향상에 기여한다는 측면에서 무역부문의 중요한 개혁조치로 부상하고 있다. 특히 개도국에서 능동적인 시장개방과 자유화를 통해 국가 전반의 시스템을 선진화하고 경제체질을 강화하기 위해 FTA 추진이 필요하다는 인식이 확산되고 있다. 우리나라의 경우에도 대외경제 규모가 국내총생산의 70% 이상을 차지하고 있어 이러한 지역협정에서 자유로울 수 없는 상황이다. 즉 기존의 수출시장을 유지하고 새로운 시장을 확대하기 위해서는 물론이고 협정에 참여하지 않는 국가에 대한 반사적 피해가 증가하여 역외국가로서의 피해 증가할 우려도 제기되고 있기 때문이다.

우리나라에서도 안정적인 해외시장을 확보하고 개방을 통해 우리 경제의 경쟁력을 강화한다는 명분하에 정부가 동시다발적으로 FTA를 추진한 결과, 칠레(2004), 싱가포르(2006), EFTA(2006), ASEAN(2007-2009) 등과 FTA 체결을 완료하였다. 그리고 2007년 4월 미국과의 FTA 협상을 타결, 6월 협정에 서명

---

\* 본 연구는 2008년도 가톨릭대학교 교비연구비의 지원으로 이루어졌음

\*\* 주저자·교신저자 : 김경자 (E-mail : kimkj@catholic.ac.kr)

하였으며 지금 협정발효를 위해 양국 국회의 비준과 통과를 기다리고 있다. 또한 2009년 7월에는 EU와 협상을 종결하고 9월 현재 협정서명을 기다리고 있다. 특히 EU와는 양국의 경제적 구조와 여러 무역지표를 고려해 볼 때 상호보완성이 높아 상호 이익이 기대되는 가운데 자동차 산업과 전자산업 분야의 약진이 두드러질 것으로 기대하고 있다(Andreosso-O'Callaghan, 2009). 이 외에 캐나다, 인도, 멕시코, GCC, 호주, 뉴질랜드 등과는 현재 협상을 진행중이고 일본, 중국 등 8개국과는 협상을 준비하고 있다.

그러나 FTA에 대해서는 긍정적인 전망과 부정적 전망이 섞여 있다(나광식 등, 2006; 전성인, 2006). Kang(2006)은 FTA가 일본과 중국, 한국 중에서도 특히 한국의 경우 농업부문을 포함하여 모든 산업에서의 무역장벽을 허물어 무역액이나 GDP가 상승할 것이라는 전망을 내놓고 있다. 특히 소비자의 입장에서 보면 FTA는 소비자 후생증대의 기회가 될 것이라는 전망도 적지 않다(나광식 등, 2006). 시장개방은 전반적으로 경쟁의 확대시키고 소비자들에게 다양한 선택의 대안들을 제시하고 품질상승 및 제품가격 인하를 가져올 것으로 전망되기 때문이다. 그러나 전반적으로 경쟁력이 약한 산업분야에서는 산업기반이 흔들리고 장기적으로 국내시장이 잠식되는 문제가 발생하여 국가경제가 문제를 겪게 되고 나아가 사회갈등이 유발될 것이라는 전망이 가장 큰 것으로 지적되고 있다. 또한 협정으로 인해 피해가 우려되는 특정 산업이나 집단의 경우는 물론이고 식품 등 안전문제로 인한 우려가 큰 영역에서 소비자들도 불안해하고 있다. 많은 수입품, 특히 식품수입과 관련된 검역 및 안전문제에 대한 우려의 목소리가 대두되고 있고, 외국제품에 대한 정보부족으로 인해 제품 사용이나 불만해결, 피해보상 문제 등 소비자문제가 확대될 것이라는 주장도 제기된다. 특히 선진국과의 협정체결에서는 그 과정에서 불공정한 내용이 포함되었다는 주장과 더불어 FTA 체결 이후 실패한 사례들이 거론되면서 고용과 서비스 분야에서 불안정한 상태가 야기될 것이라는 전망이

제기되고 있다(김도훈, 2006, 2007; 나광식 등, 2007).

따라서 다양한 산업별 FTA의 유용성에 대한 논의가 가중되고 있는 이 시점에서 각 산업의 생산자와 판매자뿐만 아니라 협정의 직접적인 영향을 받게 될 소비자의 평가와 태도를 파악하는 것도 필요하다. 특히 우리나라의 경제와 시장, 그리고 소비자에게 있어 큰 영향을 미치게 될 한미FTA에 대한 태도는 앞으로 일본과 유럽, 중국 등과의 FTA 체결에 대한 참고기준을 제공할 것으로 보여 이에 대한 소비자의 평가와 태도를 파악하는 것이 중요할 것이다. 그러나 기존의 FTA관련 연구들은 FTA가 국가경제와 산업전반에 미치는 영향을 다룬 연구(김영순, 2006; 나경민, 2008; 송미현, 2008; 조엽하, 2009; Kang, 2006)이거나 금융시장이나 전자산업 등 특정산업에 미치는 영향을 다룬 연구(김아영, 2007; 유재원, 2005)들이다. 본 연구의 목적은 도시 소비자들을 대상으로 한미FTA의 영향에 대한 소비자전망과 한미FTA에 대한 소비자태도를 파악하는 것이다. 즉 국가경제 전반과 산업전반 뿐만 아니라 소비자와 밀접한 최종소비자시장에 미치는 협정의 효과에 대한 전망, 그리고 그 전망이 한미FTA에 대한 소비자태도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 본 연구의 결과는 한미FTA 이후 계속될 다른 나라와의 FTA체결이나 FTA체결 후 변화하는 시장에서 소비자를 위한 제도 및 정책을 어떤 방향으로 변화시킬지에 대한 방향을 제공할 수 있다.

II. 문헌고찰

1. 한미FTA의 내용과 득실에 대한 전망

한미FTA의 기본내용은 양국 상품거래에서 장기적으로 양측 공히 100% 관세철폐를 원칙으로 하되, 3년 이내에 약 94%를 조기 철폐한다는 것이다. 그러나 농업부문에서 몇 가지 예외를

<표 1> 한미FTA의 주요내용 (외교통상부, 2007)

분 야	개 요
제조업/섬유 분야중심 관세 즉시철폐 또는 점진적 철폐	○ 우리 주력 수출품인 자동차: 미국관세를 즉시 또는 점진적으로 철폐 ○ 한국은 자동차 특소세를 협정 발효 후 3년내 5%로 단일화 ○ 섬유분야에서 미국 측은 수입액 기준으로 61%인 관세를 즉시철폐, 우리 주력 수출품목에 대해 원사기준 적용 예외를 부여
농업부문	○ 농산물 분야에서 쌀은 양허대상에서 제외, 수확기 오렌지, 콩, 감자, 분유, 꿀 등에 대해서는 현행 관세를 유지할 수 있도록 예외를 인정 ○ 쇠고기, 돼지고기, 고추, 마늘, 양파 등을 포함한 주요 민감품목에 대해 셰이프가드, 관세할당(TRQ), 장기이행기간을 부여
서비스/투자 분야	○ 서비스·투자 분야에서 교육·의료·사회서비스 등 공공성이 강한 부문은 포괄적 유보, 사업서비스 등 개방을 통해 우리 경제의 경쟁력 제고가 필요한 분야에 대해서는 단계적 또는 부분적인 개방계획을 마련
기 타	○ 무역구제위원회를 설치하여 양국 관련 기관간 정기적인 대화채널을 마련 ○ 상대국이 실질적 피해의 원인이 아닌 경우 다자셰이프가드 적용대상에서 재량적으로 제외하기로 합의 ○ 한반도 비핵화진전 등 일정 요건하에 원칙적으로 역외가공지역을 지정할 수 있는 근거를 협정문에 명시. 이를 통해 개성공단과 같은 남북경협지역에서 생산되는 제품을 한국산으로 인정받을 수 있는 토대 마련

인정하고 있고 협정의 원활한 실행을 위해 무역구제위원회 설치 등 기타 조항을 마련하기로 하였다. 외교통상부에서 발표한 한미FTA의 주요 내용은 <표 1>과 같다.

<표 1>에 따르면 FTA체결로 우리나라의 수출주력품목인 제조업/섬유 분야와 그렇지 않은 농업 및 서비스 분야의 내용이 다소 다르다. 제조업 중 특히 자동차와 섬유 분야에서는 미국측이 협정의 원칙에 맞게 관세를 즉시 철폐하기로 하였다. 반면 상대적으로 우리나라의 경쟁력이 낮을 것으로 판단되는 농업부문에서는 우리나라에 들어오는 몇 개 수입농산물(수확기 오렌지, 콩, 감자, 분유, 꿀 등)에 대해 현재의 관세를 일정기간 유지한다. 또한 교육, 의료, 사회서비스 등 공공서비스 성격이 강한 서비스분야에서는 포괄적으로 관세철폐를 유보하기로 하였다.

외교통상부(2007) 자료를 보면 한미FTA의 득과 실에 대해서는 국가전체와 산업분야별로 전망이 다양하다. 외교통상부의 자료를 보면 우선 긍정적인 측면에서는 한미 무역국경이 사라지면서 값싼 원자재 조달과 수입 및 수출시장 확대로 인해 우리경제가 도약할 기회라는 전망을 내놓고 있다. 또한 한미 FTA에 따른 상호 교역, 투자, 사람왕래의 증가는 규제를 줄이고 기술협력을 촉진시키고 경제시스템을 시장 친화적인 방향으로 개선하는데 기여할 것으로 보여 시스템 선진화와 국가신인도 향상이라는 효과도 거둘 수 있을 것으로 전망하고 있다. 반대로 경쟁력이 약한 산업분야에서는 산업기반이 흔들리고 장기적으로 국내시장이 잠식되는 문제가 발생하여 국가경제가 문제를 겪게 되리라는 우려가 가장 크다. 가령 우리의 식량 기반산업인 농업의 경우 경쟁력을 확보하지 못하고 미국시장에 예속될 것이라는 우려가 나오고 있고, 또 이로 인해 단기적

으로는 산업분야간 사회갈등이 유발될 것이라는 우려도 지적되고 있다.

외교통상부(2007)에서 한미FTA의 경제적 효과를 분야별로 분석한 자료를 요약하면 다음 <표 2>와 같다. 이 자료에서는 전반적으로 섬유, 음식료, 전자, 공산품, 자동차 분야에서는 잃는 것보다 얻는 것이 크고 제약과 금융 및 보험, 그리고 농산물 분야에서는 얻는 것보다 잃는 것이 클 것으로 전망하고 있다.

한편 소비자 입장에서 한미FTA는 긍정적 효과와 부정적 효과를 함께 가져올 것으로 전망되고 있다. 많은 보고서들(김도훈, 2006; 김도훈, 2007; 나광식 등, 2006; 나광식 등, 2007; 외교통상부, 2007; 전성인, 2006, 전홍택 등, 2007)이 한미FTA가 소비자 후생증대의 기회가 될 것으로 기대하고 다양한 전망들을 제시하고 있는데 이들 보고서들에서 제시하고 있는 효과들을 요약하면 대개 다음 4가지로 정리할 수 있다.

첫째로 수입품 가격인하로 인한 후생증대이다. 미국제조업의 제품에 대해 우리나라의 관세율은 약 8%이므로 이에 대한 세금부과까지 감안하면 관세가 철폐될 경우 약 10%의 가격인하 유인이 발생한다는 것이다. 아울러 우리나라 시장을 두고 경쟁하는 일본과 유럽국가들의 제품가격도 동반인하될 것이기 때문에 제품과 서비스 가격이 하락할 것으로 전망한다. 둘째, 국내 기업 생산성 제고로 소비자 후생이 증대될 것이다. 원자재나 중간재를 수입에 의존하고 있는 국내 산업의 경우 수입재의 가격인하로 가격경쟁력을 제고 할 수 있고 이는 국내산업의 생산제품 가격인하로 이어질 가능성이 크다.

셋째, 국내기업간 경쟁촉진으로 인한 후생증대를 기대할 수 있다. 국내 기업과 외국기업, 또는 국내기업간 경쟁이 촉진됨으로써 상품과 서비스의 품질이 향상되는 효과를 기대할 수

<표 2> 한미FTA의 득실에 대한 전망 (외교통상부, 2007)

분 야	전망내용
고용시장	30만~40만 명의 고용창출효과 기대. 수출시장 확대로 공산품 수출증가-생산량 증가-생산원가 감소-고용증대의 선순환 구조를 기대. 단 경쟁력이 낮아 수입증가로 해당산업 기반이 흔들리는 분야에서는 고용기회 축소 우려
섬유,음식료	가장 큰 수혜주로 기대. 섬유는 미국 관세율이 높아 동남아시아 제품들과 가격경쟁에서 유리한 고지를 차지할 것으로 기대. 음식료 업종은 수입관세가 낮아짐에 따라 원재료 비용이 줄어 마진폭이 확대될 것으로 전망.
전자, 공산품	IT는 대표적인 수출업종이지만 휴대전화기는 이미 무관세로 수출되고 있고 반도체와 LCD도 관세부담이 미미해 FTA로 인한 혜택이 크지 않을 것으로 전망됨. 다만 상대적으로 높은 관세가 부과되고 있는 디지털TV 등 프리미엄 가전은 수출 확대가 예상.
자동차	승용차는 관세율이 높지 않아 큰 효과 기대하기 힘들. 오히려 자동차수입이 늘어 미국에서 제조된 일본 저가차량의 수입이 증가/내수시장 잠식 우려. 자동차 특소세가 인하되면 자동차 가격 하락 기대
제 약	오리지널 의약품의 특허권이 강화돼 개량신약의 출시가 어려워지고 소송이 빈발해지는 등 직접적인 충격이 예상됨. 전문가들이 지적재산권, 투자서비스와 더불어 가장 타격이 클 것으로 전망하는 분야중의 하나.
금융과 보험	환란 후 이미 거의 완전개방 상태여서 추가적인 충격은 미미할 전망. 증권과 보험도 시장개방이 상당폭 진전된 상황이지만 선진금융기법과 새로운 금융상품으로 무장한 외국계 금융기관의 추가적인 진출로 경쟁이 치열해질 것으로 보임
농산물	가격경쟁력에서 앞선 미국 농산물의 수입으로 가장 큰 타격 예상. 미국산 육류와 오렌지 등 과일 수입으로 축산농가와 제주도 감귤농가의 피해 예상. 그러나 쌀 등 주곡과 채소 분야에서는 타격이 상대적으로 점진적일 것으로 기대.

있다. 마지막 요소는 소비자의 선택의 폭 증대로 인한 소비자 후생증대이다. 무역자유화는 소비자들이 선택할 수 있는 제품과 서비스의 다양성을 증가시켜 소비자의 선택폭을 증가시킨다.

## 2. 한미FTA와 소비자 후생

FTA와 소비자 후생에 관련된 기존 연구들(김도훈, 2006; 김도훈, 2007; 나광식 등, 2006; 나광식 등, 2007; 외교통상부, 2007; 전성인, 2006, 전홍택 등, 2007)은 대다수가 한미FTA의 산업별 영향과 대응방안에 초점을 두고 있다. 이 관련 자료들은 주로 국가전체의 경제나 산업에 미치는 협정의 영향을 평가한 자료로 한미FTA에 찬성 또는 반대하는 정부나 협회, 기관 등의 자료들이 대부분이다. 일부는 시장이나 경제전체보다 소비자들의 입장에서 한미FTA의 효과를 평가한 연구들인데 그 내용은 소비자후생에 대한 전망이나 소비자후생 증대를 위한 제도정비 등에 대한 것이다.

가령 김도훈(2006)은 한미FTA가 제조업에 미치는 영향과 소비자 후생에 대해 연구하였는데 한미FTA가 제조업 분야에 미치는 긍정적, 부정적 영향을 분석하고 전반적으로 가격인하와 국내산업 경쟁력 제고, 국내외산업간 경쟁촉진, 선택의 폭 증가 등으로 인해 소비자후생이 증대될 것으로 기대하고 있다. 외교통상부 자료(2007, KIEP자료 재인용)도 한미FTA의 1차적 수혜자가 소비자가 될 것으로 전망하고 있다. 여기에서는 주로 소비자 선택권의 증가와 가격인하 효과를 기대하고 있는데 제조업과 서비스업 분야의 생산성이 1% 상승하면 여러 요인들이 복합적으로 작용하여 소비자 후생이 7% 정도 증가한다고 보았다. 전성인(2006)은 금융서비스 분야를 중심으로 한미FTA의 명암을 분석하면서 협정의 득실을 생산자 입장이 아닌 소비자 입장에서 따져보아야 함을 주장하였다.

또한 한국소비자원(나광식 등, 2006)의 'FTA의 소비자 후생 효과 분석' 연구는 한미FTA의 체결에 따라 우리 소비자가 상품 및 서비스의 대수입을 통해 얻을 수 있는 경제적 이익을 추산하고, 주요 부문에서 그 이익이 극대화될 수 있도록 소비자 중심의 정책대응 방안을 점검하고 있다. 분석 결과는 상품과 서비스 시장 유형에 따라 소비자에게 득과 실이 있음을 제시하고 소비자후생을 극대화하기 위해 국내시장에서 충분한 경쟁 여건을 구축한 후 서비스에 대한 과감한 개방을 통해 소비자 선택의 폭을 확대하려는 적극적 자세로의 전환이 필요함을 강조하고 있다. 한국소비자원(나광식 등, 2007)의 'FTA체제하 소비자정책의 부분별 과제'라는 연구에서도 주요 영역별로 소비자 및 인접 정책영역에 있어서 정책의 집행 및 시장현황을 파악하고, 자유 시장주의의 관점에서 제반 정책수단들의 적정성 여부, 향후 개선방향 등을 모색하고 있다. 이 연구에서는 조사대상 소비자정책을 거래, 안전, 피해구제, 국제협력, 소비자선택 지원 부문 등 5개 부문으로 세분하여 논의하고 필요한

정책방향으로 경쟁정책의 역할 강화와 서비스시장의 과감한 진입규제 해소, 안전행정의 선진화된 체제정비, 소비자피해구제에 있어서 사법적 역할 강화, 소비자 정책의 국제적 협력, 그리고 개방시대 소비자교육의 내용과 규범정립을 제안하고 있다.

한편 FTA체결로 인한 소비자후생증가의 이면에는 부정적인 우려도 있다. 나경민(2008)은 FTA에 참여한 나라들을 선진국과 저개발국으로 나누어 협정체결 후 일정시간이 지난 후에 소득불평등도가 어떻게 변화하였는지를 경험적 자료를 활용하여 연구하였다. 그 결과 전반적으로 선진국에서는 소득불평등도가 악화된 반면 저개발국에서는 소득불평등도가 개선된 것으로 나타났다. 이는 우리가 앞으로 중국이나 동남아와 협정체결시 소득불평등의 악화라는 부정적인 효과를 얻게 될 수도 있음을 시사한다. 또한 FTA 발효시 단기적으로 외국의 제품이나 제도에 익숙하지 않은 소비자들이 수입물품에 적응하는 과정에서 소비자문제가 피해구제의 어려움이 증가할 것으로 예상하고 있는 연구도 있다(나광식 등, 2007. 그리고 앞으로 중국 등과 협정이 체결될 경우 FTA의 핵심 쟁점 중의 하나인 원산지 규정과 관련된 갈등으로 소비자 혼란이 야기될 것이라고 우려하는 연구들도 있다(송미현, 2008; 조염하, 2009).

## 3. 한미FTA에 대한 소비자태도

직접 소비자를 대상으로 소비자가 한미FTA에 찬성하는지 아닌지 하는 태도를 파악한 조사는 한미FTA에 대한 논쟁이 한창이던 2006년 후반기와 협상체결 직후인 2007년 5월~6월에 주로 KDI에서 시행한 것이거나 언론사에서 조사기관에 의뢰해 이루어진 것들이다(서울경제신문, 2007; 중앙일보, 2007; 한겨레신문, 2007; 한국일보, 2006; KDI, 2007). 이 조사들에 따르면 소비자들은 한미FTA에 대해 비교적 긍정적인 평가를 내리고 있는 것으로 나타나고 있다.

먼저 KDI(2007)의 한미FTA 관련 경제전문가 의견조사는 KDI에서 경제전문가(교수, 연구원, 기업인, 금융인 등) 253명의 패널을 대상으로 이메일을 통해 2006년 11월과 2007년 4월 두 기간의 조사를 통해 의견변화를 추적조사한 것이다. 조사결과 2006년 11월에 비해 2007년 4월에 협상에 동의하는 또는 만족하는 응답자의 비율이 증가한 것을 볼 수 있다. 2007년 4월의 경우 응답자의 65.6%가 협상결과에 만족한 반면 불만족하는 비율은 4.7%에 그친 것으로 나타나고 있다. 산업시장별로는 상품무역에 대해 85%가 만족한다고 응답하여 가장 만족도가 높았고 그 다음은 섬유(78.3%), 자동차(71.5%) 순이었다. 무역구제와 농업, 금융 분야에 대해서는 약 절반 정도의 응답자가 만족한다고 응답하였고 의약품(24.1%)과 지적재산권(24.9%), 투자서비스(33.6%)에 대해서는 만족한다는 비율이 매우 낮았다.

한미FTA 타결 전인 2006년 6월 한국일보와 한국리서치가

조사한 결과는 ‘한미FTA 체결에 찬성한다’는 응답이 58.1%로 ‘반대한다’(29.2%)보다 2배 가량 많았다. 찬성은 자영업(63.3%), 화이트칼라(67.0%), 월 소득 500만원 이상(66.7%)에서 많았으며, 반대는 농림수산업(54.8%), 블루칼라(39.1%), 학생(39.8%)에서 상대적으로 높았다.

한국일보사가 FTA협정 타결 전에 조사를 실시한 반면, FTA협정 체결 직후인 2007년 5월에서 6월 사이에 3개 신문사에서 FTA에 대한 소비자 만족도 조사를 실시하였다. 먼저 중앙일보와 리서치 앤 리서치의 한미FTA에 대한 소비자만족도 조사에서는 협정에 찬성하는 사람이 58%로 반대하는 사람보다 많았는데 특히 소득이 많을수록 한미FTA 타결을 더 환영하고 있다는 결과를 제시하고 있다. 가령 월소득 150만원 미만의 계층에서는 한·미 FTA가 만족스럽다는 응답이 43.8%로 절반에 미달하는 반면 350만 원 이상의 고소득자 중에서는 68.8%가 한미FTA 타결을 만족스러워한 것으로 나타났다. 한겨레신문과 리서치 플러스의 한미FTA에 대한 소비자조사에서는 한미FTA가 시행되면 우리나라 경제의 경쟁력이 ‘더 높아질 것’이라는 응답이 49.5%, ‘달라지지 않을 것’이라는 응답이 25.0%, ‘더 나빠질 것’이라는 반응은 20.7%였다. 특히 남성(59.0%), 자영업자(59.7%) 층에서 국가 경쟁력 향상에 대한 기대가 높았다. 농·임·수산업 종사자는 58.0%가 지금보다 소득과 경제생활 여건이 더 나빠질 것이라고 응답했다. 서울경제신문과 한국리서치의 조사에서도 한미FTA 체결에 대해 ‘잘했다’는 의견이 ‘잘못한 일이다’라는 응답의 두 배가 될 정도로 긍정적인 평가가 압도적인 것으로 나타났다. 조사대상자 중 50대 이상의 수도권 거주자가 가장 좋은 평가를 내렸고 서울 거주자의 67.9%, 인천·경기 거주자의 70.6%가 잘했다는 평가를 내려 상대적으로 협정에 긍정적이었다. 반면 가장 큰 피해가 예상되는 농림수산업 종사자는 57.0%가 부정적인 평가를 내렸다. 성별로는 여자(60.0%) 보다는 남자(67.7%)의 평가가 긍정적이었고 연령별로는 19~29세와 30대가 각각 42.8%, 40.0%로 부정적인 의견이 많았다.

기존 연구들을 보면 소비자들은 한미FTA에 대해 반대하는 비율보다는 찬성하는 비율이 다소 높은 것으로 나타난다. 소비자들이 한미FTA에 찬성하는 이유는 개별적인 득과 실을 따져서

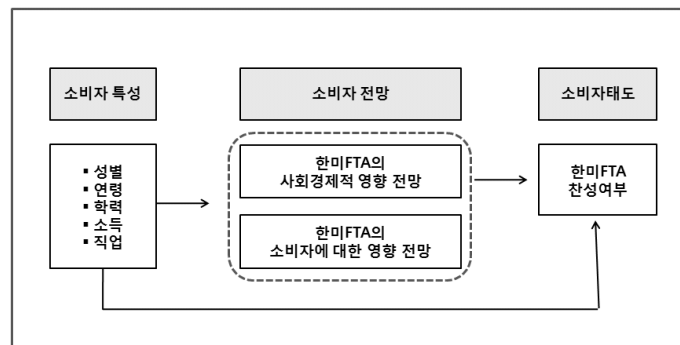
라기보다 개방이 전세계적인 추세라는 이유에 근거한 것이다. 다만 종사산업별, 소득계층별, 연령별 등 집단별로 협정체결 후 기대되는 전망에 따라 긍정적인 의견과 부정적인 의견이 달리 나타나고 있어 사회집단간 갈등이 유발될 소지가 존재하고 있다. 즉 한미FTA가 국가 경쟁력 향상에 도움이 될지 몰라도 그에 따른 혜택이 계층별로 골고루 돌아가지 않을 것이라는 전망이 높다는 것이다. 또한 개방으로 인한 피해발생 및 보상의 문제 등에 대한 우려가 나타나고 있어 이에 대한 소비자 우려를 불식시키고 소비자에게 정보를 제공, 합리적인 선택과 소비를 유도하게 만들 필요가 있다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구의 내용은 소비자 특성에 따라 한미FTA에 대한 소비자전망과 한미FTA 체결에 대한 소비자태도가 달라지는가를 파악하기 위한 것이다. 구체적으로 한미FTA에 대한 소비자전망은 산업과 경제구조, 노동시장 등 거시적인 분야에 대한 영향을 나타내는 사회경제적 영향에 대한 전망과 소비자에 대한 혜택과 문제 등 소비자시장에 미치는 영향에 대한 전망으로 나누어 살펴보고자 한다. 한미FTA에 대한 소비자태도는 한미FTA에 소비자가 찬성하는지, 반대하는지 그 태도의 강도를 의미한다. 구체적인 연구모형과 연구문제는 다음과 같다.

- <연구문제 1> 한미FTA의 영향에 대한 소비자전망은 어떠한가?
  - [1-1] 소비자의 특성에 따라 한미FTA의 영향에 대한 소비자전망이 다른가?
- <연구문제 2> 한미FTA에 대한 소비자태도는 어떠한가?
  - [2-1] 소비자전망에 따라 한미FTA에 대한 소비자태도가 다른가?
  - [2-2] 소비자특성과 소비자전망에 따라 한미FTA에 대한 소비자태도가 영향을 받는가?



2. 조사도구

한미FTA에 대한 소비자 전망과 소비자태도를 파악하기 위한 조사도구로 설문지를 구성하였다. 먼저 한미FTA에 대한 소비자 전망은 한미FTA 체결 후 협정이 우리 사회에 미치게 될 거시적인 영향, 사회경제적인 영향과 미시적으로 소비자시장에 미치게 될 영향에 대해 소비자들이 전망하는 바를 각각 5점 리커트 척도로 측정하였다. 척도의 내용은 한미FTA와 관련된 기존 연구들(김도훈, 2007; 김아영, 2007; 나광식 등, 2006; 나광식 등, 2007; 외교통상부, 2007; 전성인, 2006, 전홍택 등, 2007)과 FTA협정 체결 전후 행해진 일간신문의 조사항목을 참고하여 연구자가 구성하였다. 먼저 협정의 영향에 대해서는 사회경제적 영향은 산업전반과 국가경제체제, 노동시장 및 사회전반에 미치는 영향을 포함하였고 소비자시장에 대한 영향은 소비자에게 미칠 품질과 가격변화, 소비자문제의 영역을 포함하였다. 이 각각의 영역에서 다시 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 나타내는 항목으로 척도를 구성하였다.

사회경제적 영역에서의 최종문항은 수출증가, 외국인 투자 증가, 선진경제체제 정착, 국내산업의 글로벌 경쟁력 강화, 국가경제의 투명성 증가, 일자리 증가라는 긍정적인 문항 6문항과 국내경제의 선진국 예측, 경쟁력 약한 국내산업 도태, 산업/직업간 갈등심화, 소득의 양극화, 국제수지 악화라는 부정적인 문항 5문항 등 총 11문항이다. 이 때 한미FTA의 사회경제적 영향을 나타내는 각 항목에 전혀 동의하지 않으면 1점, 전적으로 동의하면 5점을 주는 리커트 척도를 사용하였다. 소비자시장 영역에서는 자동차 와 생활용품, 농산물, 축산물, 의류, 약품 및 의료서비스, 전기전자제품, 통신, 방송 및 음반, 금융 등 10개 시장 영역에서 소비자선택의 다양성 증가와 제품과 서비스의 품질, 소비자가격 하락이라는 긍정적 문항 3문항과

소비자정보수집과 소비자문제 증가 및 소비자 피해구제의 어려움 증가라는 부정적 문항 3문항 등 총 6문항으로 구성하였다. 각 문항에 동의하는 정도는 가장 부정적인 응답에 1점, 가장 긍정적인 응답에 7점을 주는 7점 리커트 척도를 사용하였고 최종 전망점수는 10개 시장에서의 소비자전망 점수 평균값을 사용하였다.

한편 소비자 태도는 한미FTA에 찬성하는지, 반대하는지를 측정하였는데 절대 반대(1점) ~ 매우 찬성(5점)까지 5점 리커트 척도를 사용하였다. 조사도구인 설문지 내용을 요약하면 <표 3>과 같다.

3. 조사대상과 자료수집

본 조사의 조사대상은 도시에 거주하는 만 20세 이상의 성인 남녀로 한정하였다. 농촌거주자의 경우 소비자로서보다는 생산자로서의 입장에 서서 한미FTA에 대한 태도와 전망을 형성하기가 쉽고 따라서 소비자로서의 전망과 태도를 파악하려 한 연구의도를 희석시킬 우려가 있다고 생각되어 표본에서 배제하였다. 설문조사는 설문지를 사용하여 2007년 11월 22일~29일까지 온라인 설문조사 사이트인 아하넷에서 온라인 조사로 시행하였다. 최종적으로 분석에 포함된 설문 응답자는 527명이다. 조사대상자의 특성은 <표 4>와 같다.

본 연구의 본 연구의 조사대상자는 남자와 여자가 각각 약 50%로 구성되어 있고, 연령은 20대와 30대, 40대 이상이 각각 1/3 내외이며 평균연령은 35세이다. 연간가계소득은 평균 4,479만원이고 (무응답자가 있어 n=518명임), 2,400만 원 이하가 12.7%, 6,000만원 초과가 12.3%로 전국 근로자가계 연간소득보다 약간 높았다. 직업별로는 전문직과 관리직이 21.4%, 사무직과 행정직이 42.1%, 판매직과 서비스직, 그리고 단순기

<표 3> 조사내용

대분류	소분류	비 고
한미FTA 체결이후 소비자 전망	긍정적인 영향 6항목 (수출증가, 외국인 투자 증가, 선진경제체제 정착, 국내산업의 글로벌 경쟁력 강화, 국가경제 투명성 증가, 근로자를 위한 일자리 증가) 부정적인 영향 5항목 (국내경제의 선진국 예측, 경쟁력 약한 국내산업 도태, 산업/직업간 갈등심화, 소득의 양극화, 국제수지 악화)	전혀 그렇지 않다 (1점)~매우 그렇다 (5점)까지 5점 척도
	긍정적인 영향 3항목 (소비자의 선택의 다양성 증가, 재화와 서비스의 품질증가, 재화와 서비스의 가격하락) 부정적인 영향 3항목 (소비자정보수집의 어려움 증가, 소비자문제의 발생 증가, 소비자피해 구제의 어려움 증가)	전혀 그렇지 않다 (1점)~매우 그렇다 (7점)까지 7점 척도 (10개 시장 평균)
소비자태도	한미FTA에 찬성하는 정도	절대 반대(1점)~매우 찬성(5점)까지 5점 척도
기 타	응답자의 연령, 성별, 직업, 학력, 연간가계소득	

<표 4> 조사대상자의 특성

(n=527)

변 수		n(%)	변 수		n(%)
성 별	남 자	264(50.1)	종사분야	제조업	82(19.4)
	여 자	263(49.9)		건설/부동산	60(14.2)
연령 (평균 35세)	20대	182(34.5)	교육/행정서비스	126(23.9)	
	30대	180(34.2)	통신/에너지/운수	65(12.3)	
	40대 이상	165(31.3)	도소매/음식숙박/기타	92(21.7)	
연간소득	하(2,400만 이하)	67(12.7)	직 업	전문직, 관리직	113(21.4)
	중하(4,200만 이하)	196(37.2)		사무직, 행정직	222(42.1)
	중상(6,000만 이하)	190(30.1)		판매/서비스/단순기능직	99(18.8)
	상(6,000만 초과)	65(12.3)		무직, 학생, 주부, 기타	104(19.7)
학 력	고졸 이하	88(16.7)	거주지	서울특별시	281(53.3)
	전문대 재중, 전문대 졸	76(14.4)		광역시	139(26.4)
	4년제 대학재학 중	77(14.6)		중소도시, 기타	107(20.3)
	4년제 대졸 이상	286(54.3)	혼인상태	미 혼	222(42.1)
전 체	527명(100.0)	기혼, 기타		305(57.9)	

능직이 18.8%, 무직이거나 대학생, 주부, 기타인 경우가 19.7%였다. 직업종사분야(무직이나 학생, 주부를 제외한 423명임)는 제조업과 건설/부동산, 교육 및 행정서비스 분야 등이 비교적 고르게 분포되어 있다. 학력별로는 대졸 이상이 54.3%로 거의 절반을 차지하고 있고 거주지는 서울특별시가 가장 많아 53.3%였다. 온라인 조사의 특성상 선정된 표본은 일반 성인 모집단에 비해 고학력자가 많고 가계소득도 다소 높으며 전문직의 비율도 높은 편이다.

4. 자료분석

응답자의 자료는 SPSS를 이용하여 분석하였다. 먼저 두 개의 소비자전망 값과 소비자 태도를 빈도분포와 평균값 등 기술통계를 이용하여 파악하였다. 소비자의 인구학적, 사회경제학적 특성에 따라 한미FTA에 대한 소비자 전망이 다른가하는 <연구문제 1-1>에 대한 답을 얻기 위해서는 교차분석을 시행하였다. 마지막으로 소비자 전망에 따라 한미FTA에 대한 소비자 태도가 다른가<연구문제 2-1>를 파악하기 위해서는 ANOVA를, 소비자특성과 소비자전망이 소비자태도에 영향을 주는가 <연구문제 2-2>를 검증하기 위해서는 로지스틱 회귀분석을 시행하였다.

IV. 연구결과

1. 한미FTA에 대한 소비자 전망

1.1 한미FTA의 긍정적, 부정적 효과에 대한 소비자 전망

먼저 한미FTA에 대한 소비자 전망을 항목별로 살펴보면 다음 <표 5>, <표 6>과 같다. 먼저 표5에서 소비자들은 사회경제적 영향에 대해 어느 정도의 변화가 있을 것이라는 전망을

하고 있다. 긍정적 영향에 대한 6개 항목(1번~6번 항목)의 평균 값은 3.46점이었고 부정적 영향에 대한 5항목(7번~11번 항목)의 평균값은 3.51점이었는데 이 두 값의 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다. 긍정적 항목에서는 특히 외국인 투자의 증가에 대한 기대감이 가장 높았고 괜찮은 일자리 증가에 대한 기대감이 가장 낮았다. 반면 부정적 항목에서는 경쟁력이 약한 국내산업의 도태에 대한 우려가 가장 높았고 우리 경제가 미국에 예측된다거나 수입증가로 국제수지가 악화될 것이라는 우려는 상대적으로 낮게 나타났다.

<표 6>의 소비자시장에 대한 영향에 대해서는 항목별로 다소 다른 결과를 보이고 있다. 7점 척도 중 10개 시장의 대한 소비자전망점수를 평균하여 1~3점을 '전혀/거의 그렇지 않다'로, 3.1~4.9점을 '그저 그렇다'로, 5점 이상을 '대체로/매우 그렇다'로 분류하여 본 결과 소비자들은 긍정적인 항목(1번~3번 항목)에 대해서는 평균 4.7점, 부정적인 항목(4번~6번 항목)에 대해서는 평균 3.9점을 준 것으로 나타났고 이 차이는 통계적으로 유의미하였다( $t=3.22, \alpha<.05$ ). 즉 소비자 입장에서는 한미FTA로 인한 실보다 득이 많을 것으로 판단하고 있음을 알 수 있다. 긍정적인 영역 3개 문항 중 소비자의 상품 선택폭이 다양해지고 제품과 서비스의 품질이 좋아질 것이라는 데 동의한 응답자가 가장 많았으나 가격하락에 대해서는 큰 변화가 없을 것이라는 대답이 가장 많았다. 부정적인 영역에서는 소비자정보 수집의 어려움이나 소비자문제의 증가, 소비자피해의 보상이 어려워질 것이라는 전망에 대해서는 '그저 그렇다'라는 응답이 가장 많았고 그 외의 경우에는 악화될 것이라는 전망보다 개선될 것이라는 전망이 약간 더 많았다.

1.2 소비자 특성별 한미FTA에 대한 소비자 전망

소비자 특성과 한미FTA에 대한 소비자 전망이 서로 관련이 있는가를 파악하기 위해 먼저 소비자를 소비자전망 점수에

&lt;표 5&gt; 한미FTA 이후 사회경제적 영향에 대한 소비자 전망(%)

항 목	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	그저 그렇다	대체로 그렇다	매우 그렇다	평 균
1.수출이 증가할 것이다	6(1.1)	59(11.3)	207(39.3)	216(41.0)	39(7.4)	3.4
2.외국인 투자가 증가할 것이다	4(0.7)	19(3.7)	150(28.4)	308(58.5)	46(8.7)	3.7
3.선진적인 사회 경제 제도가 정착될 것이다	9(1.7)	46(8.7)	202(38.4)	234(44.5)	36(6.8)	3.5
4.국내 산업의 글로벌 경쟁력이 향상될 것이다	8(1.5)	34(6.5)	184(34.9)	254(48.2)	47(9.0)	3.6
5.국가 경제의 투명성이 증가할 것이다	13(2.4)	47(9.0)	191(36.2)	233(44.3)	43(8.1)	3.5
6.괜찮은 일자리가 증가할 것이다	14(2.6)	87(16.6)	267(50.6)	148(28.0)	11(2.2)	3.2
7.우리경제가 미국에 예측될 것이다	23(4.4)	107(20.3)	173(32.9)	182(34.5)	42(7.9)	3.3
8.경쟁력이 약한 국내산업이 도태될 것이다	7(1.3)	32(6.1)	115(21.8)	241(45.8)	132(25.1)	3.9
9.산업간 또는 직업간 갈등이 심화될 것이다	8(1.5)	40(7.7)	176(33.4)	246(46.7)	56(10.7)	3.6
10.소득의 양극화가 촉진될 것이다	6(1.1)	29(5.4)	162(30.8)	262(49.8)	68(12.9)	3.7
11.수입증가로 국제수지가 악화될 것이다	9(1.7)	87(16.6)	228(43.2)	176(33.4)	27(5.2)	3.2

&lt;표 6&gt; 한미FTA가 소비자시장에 미치는 영향에 대한 소비자 전망

항 목	전혀/거의 그렇지 않다	그저 그렇다	대체로/매우 그렇다	평 균
1.소비자 상품 선택폭이 다양해질 것이다	2(0.4)	112(21.2)	413(78.4)	5.4
2.재화와 서비스의 품질이 좋아질 것이다	2(0.4)	209(39.6)	316(60.0)	5.1
3.재화와 서비스의 가격이 낮아질 것이다	93(17.6)	375(71.2)	59(11.2)	3.8
4.소비자정보를 수집하기가 어려워질 것이다	108(20.5)	350(66.5)	69(13.0)	3.4
5.소비자문제가 증가할 것이다	68(12.9)	359(68.1)	100(19.0)	4.1
6.소비자피해를 보상받기가 어려워질 것이다	45(8.5)	322(61.1)	160(30.4)	4.3

따라 4집단으로 나누고 소비자 특성을 나타내는 각각의 변수와 함께 교차분석을 시행하였다. 소비자전망 점수로만 보면 긍정적인 항목과 부정적인 항목에 대한 동의정도가 비슷하여 소비자특성별 소비자전망을 전체적으로 파악하기가 쉽지 않았기 때문이다. 첫 번째로 사회경제적 전망의 경우 소비자가 6개의 긍정적인 항목과 5개의 부정적인 항목에 대해 동의하는 정도에 따라 <표 7>과 같이 3점을 기준으로 각각 4집단으로 나누었다. 그리고 긍정적 항목과 부정적 항목에 대한 점수가 모두 평균 3점 이상인 경우를 전망갈등집단, 긍정적 항목과 부정적 항목에 대한 점수가 모두 평균 3점 미만인 경우를 무변화전망집단, 긍정적 항목의 평균점수가 3점 이상이고 부정적 항목의 평균점수가 3점 미만인 경우 긍정적전망집단, 부정적 항목의 평균점수가 3점 이상이고 긍정적 항목의 평균점수가 3점 미만인 경우 부정적전망집단으로 명명하였다. 두 번째로 소비자시장 전망에 대해서도 마찬가지로 3개의 긍정적 항목과 3개의 부정적 항목에 동의하는 정도에 따라 4집단으로 나누되 여기에서는 기준값으로 3점 대신 4.35점을 사용하였다(7점 척도의 중간값인 4점을 기준값으로 사용할 경우 기준값 이하 응답자가 너무 적어 분포의 평균값인 4.35점을 사용함). 집단분류 결과 먼저 사회경제적 영향에 대한 전망점수를 기준으로 한 분류에서는 무변화전망집단, 긍정적전망집단, 부정적전망집단, 전망갈등집단의 비율이 각각 8.3%, 18.0%, 19.9%, 53.7%였고 소비

자시장에 대한 영향전망점수에 따라 집단을 구분한 결과 무변화전망집단, 긍정적전망집단, 부정적전망집단, 전망갈등집단 비율이 각각 19.5%, 31.3%, 10.6%, 38.5%였다. 전자의 경우 후자에 비해 무변화전망집단의 비율이 낮고 전망갈등집단의 비율이 높은 것으로 보아 소비자들은 전체적으로 소비자시장에 대한 영향보다 사회경제적 영향에 대해 긍정적이든 부정적이든 더 큰 변화가 있을 것으로 전망하고 있음을 알 수 있다.

<표 8>에서 소비자특성별로 한미FTA에 대한 사회경제적 영향에 대한 전망을 살펴보면 어느 집단에서나 긍정적 전망과 부정적 전망을 함께 표현하는 있는 응답자가 가장 많지만 응답자의 성별과 연령, 학력에 따라 다소의 차이가 나타난다. 가령 남자는 여자보다 상대적으로 긍정적전망집단에 더 많이 속해있고 여자는 남자보다 상대적으로 부정적전망집단에 더 많이 속해 있다. 연령별로는 40대 이상의 집단이 다른 집단에 비해 긍정적 전망집단에 포함되는 응답자의 비율이 높다. 학력에 따라서는 고졸이나 4년제 대학재학중인 소비자는 다른 집단에 비해 긍정적 전망을 하는 소비자집단에 속하는 경우가 많다. 특히 가장 고학력 그룹인 4년제 대졸이상자들은 부정적인전망집단에 포함되는 비율이 가장 낮았다. 반면 고졸 이하의 집단은 다른 집단에 비해 전망갈등집단에 포함되는 비율이 낮았고 대신 무변화전망집단에 포함되는 비율이 높았다. 응답자의 가계소득과 직업, 거주지역별로는 유의미한 차이가 발견되지 않았다.



<표 7> 사회경제적 전망점수와 소비자시장 전망점수를 기준으로 한 집단분류

긍정적 전망점수	부정적 전망 점수		
	높음(3점/4.35점 초과)	높음(3점/4.35점 초과)	낮음(3점/4.35점 이하)
		낮음(3점/4.35점 이하)	전망갈등집단
		부정적전망집단	無변화전망집단

<표 8> 소비자특성과 한미FTA에 대한 소비자전망(사회경제적 전망)

(단위:n, %)

		無변화전망 집단(44)	긍정적전망 집단(95)	부정적전망 집단(105)	전망갈등 집단(283)	$\chi^2$ 값
성 별	남 자	8.3	35.0	14.4	52.3	22.6*
	여 자	8.4	11.0	25.5	55.1	
연 령	20대	6.6	16.5	25.8	51.1	22.1*
	30대	9.4	11.1	19.4	60.0	
	40대 이상	9.4	27.3	13.9	49.7	
학 령	고 졸	14.8	23.9	22.7	38.6	20.8*
	전문대 재, 전문대 졸	7.9	11.8	26.3	53.9	
	4년제 대재	3.0	24.2	22.7	50.0	
	4년제 대졸 이상	7.7	16.5	16.8	58.9	
소 득	하	11.9	13.4	25.4	49.3	14.5
	중하	7.1	14.8	25.5	52.6	
	중상	8.9	20.5	16.3	54.2	
	상	6.2	24.6	10.8	58.5	
직 업	전문직, 관리직	10.6	22.1	19.5	47.8	15.6
	사무직, 행정직	4.5	14.9	22.1	58.6	
	판매/서비스/단순기능직	13.3	21.7	12.0	53.0	
	무직, 학생, 주부, 기타	10.1	17.4	22.0	50.5	
거주지	서울특별시	10.3	14.6	19.6	55.5	8.7
	광역시	6.5	23.7	21.6	48.2	
	중소도시, 기타	5.6	19.6	18.7	56.1	
전 체		8.3	18.0	19.9	53.7	

\*:  $\alpha < .05$

한편 한미FTA가 소비자시장에 미치는 영향에 대한 전망은 소비자 성별, 연령, 그리고 학력이 소비자전망과 관련이 있는 것으로 나타나고 있다. 표9를 보면 여자들은 남자에 비해 전망갈등집단에 덜 속하는 대신 부정적전망집단에 더 많이 속해있다. 연령별로는 20대가 긍정적전망집단에 상대적으로 많이 포함되어 있는 반면 40대 이상의 집단은 다른 집단에 비해 無변화집단보다 긍정적 영향과 부정적 영향이 모두 있을 거라고 생각하는 전망갈등집단의 비중이 높았다. 학력별로는 고졸과, 전문대재학 및 전문대졸, 4년제 대졸자 집단 중 가장 많은 응답자가 속한 집단이 전망갈등집단인데 비해 4년제 대학재학 중인 소비자 집단이 가장 많이 포함되어 있는 집단은 긍정적전망집단인 것으로 나타났다. 응답자의 가계소득과 직업, 거주지와 소비자시장 전망은 유의미한 관계가 없었다.

## 2. 한미FTA에 대한 소비자 태도

### 2.1 한미FTA에 대한 소비자태도 분포

한미FTA에 대한 소비자태도 분포는 <표 10>과 같다. 전체적으로 대체로 찬성하는 편 또는 매우 찬성한다는 응답자의 비율(45.5%)이 절대 반대 또는 대체로 반대한다는 응답자의 비율(25.3%)보다 약 1.8배 정도 많았다. 이는 협정 체결 직후 신문사에서 이루어진 조사에서 찬성비율이 50%를 훨씬 넘었던 것과 비교하면 다소 낮아진 수치이다. 그러나 한미FTA에 대한 절대 반대 또는 매우 찬성 등의 입장보다는 대체로 반대하는 편, 또는 찬성하는 편 등 완곡한 입장을 보이는 응답자의 비율이 높은 것으로 나타나고 있다.

### 2.2 소비자전망에 따른 소비자태도

소비자전망 점수별로 분류된 집단간에 소비자태도가 다른

<표 9> 한미FTA에 대한 소비자태도 분포

절대 반대	대체로 반대하는 편	보 통	대체로 찬성하는 편	매우 찬성
13(2.5%)	120(22.8%)	154(29.2%)	229(43.4%)	11(2.1%)

<표 10> 소비자전망집단별 소비자태도의 차이

사회경제적 전망	소비자태도(mean)	소비자시장 전망	소비자태도(mean)
無변화전망집단(S)	3.00 b	無변화전망집단(C)	2.76 a
긍정적 전망집단(S)	3.76 c	긍정적 전망집단(C)	3.22 b
부정적 전망집단(S)	2.38 a	부정적 전망집단(C)	3.20 b
전망 갈등집단(S)	3.33 b	전망 갈등집단(C)	3.38 b
F값	33.11 *	F값	3.31 *

\*:  $\alpha < .05$

<표 11> 소비자특성과 소비자전망이 소비자태도에 미치는 영향

독립변수	b	Wald값	독립변수	b	Wald값
성별(남자=1)	.53	4.55*	거주지(서울특별시=1)	-.45	2.44
연령(세)	-.30	2.69	거주지(광역시=1)	-.83	5.34*
학력(년)	.20	5.35*	사회경제적 전망점수(긍정적 전망점수)	2.59	28.98*
연간가계소득(만원)	.01	6.66*	사회경제적 전망점수(부정적 전망점수)	-1.31	29.98*
직업(무직, 학생, 주부, 기타=1)	.02	2.21	소비자시장 전망점수(긍정적 전망점수)	.71	6.56*
직업(판매/서비스직/단순기능직=1)	.01	2.03	소비자시장 전망점수(부정적 전망점수)	.04	.09
직업(사무직, 행정직=1)	-.01	1.17	$\chi^2=268.50^*$		

\*:  $\alpha < .05$

가를 보기 위해 ANOVA를 시행한 결과 집단간 차이가 유의미한 것으로 나타났다(<표 10> 참조). 먼저 사회경제적 영향에 대한 전망점수별로 소비자태도의 차이를 보면 긍정적전망집단에서 한미FTA에 찬성하는 경향이 가장 높았고 부정적전망집단에서 찬성하는 경향이 가장 낮았다. 소비자시장전망에 기초한 집단별 차이도 통계적으로 유의미하였는데 하위집단간 Duncan분석결과 無변화전망집단에 비해 다른 세 집단이 한미FTA에 더 찬성하는 경향을 나타내고 있다. 한미FTA가 가져올 긍정적인 영향을 부정적인 영향보다 크게 기대하는 집단에서 한미FTA를 더 찬성할 것이라는 결과는 쉽게 예측이 가능하다. 그러나 분석결과는 이 외에도 사회경제적 측면에서의 부정적 전망은 소비자태도에 부정적인 관련이 있지만 소비자시장 영역에서의 부정적 전망은 그렇지 않음을 보여준다. 또한 소비자시장에 대한 긍정적 영향과 부정적 영향을 동시에 크게 기대 또는 우려하는 집단은 아무런 긍정적, 부정적 변화를 기대하지 않는 無변화전망집단보다는 한미FTA에 더 찬성하는 경향이 있음을 보여주고 있다.

2.3 소비자특성과 소비자전망별 소비자태도(로지스틱 회귀분석)

마지막으로 연구문제 2-2를 검증하기 위해 로지스틱 회귀분석을 수행하였다. 종속변수인 소비자태도의 분포가 절대 반대나

매우 찬성이 각각 2.5%와 2.1%에 불과하였고 거의 절반인 43.4%가 대체로 찬성한다는 응답을 하였으므로 소비자 태도를 연속변수로 보기 어려워 소비자태도를 찬성(대체로 찬성 또는 매우 찬성)과 비찬성(보통, 대체로 반대, 또는 절대 반대)으로 이분하여 종속변수가 이분 질적변수일 경우 적용하는 로지스틱 회귀분석을 적용하였다. 독립변수인 소비자특성에 해당하는 변수들 중 성별과 직업, 거주지는 각각 가변수를 도입하여 분석에 투입하였고 4개의 전망점수의 경우 5점을 만점으로 할 때의 전망점수를 계산하여 모델에 포함시켰다. 분석 결과 이 회귀모형은 유의수준 0.05에서 유의미하였다( $\chi^2=268.50$ ). 또한 이 회귀모형은 찬성하는 소비자 집단의 경우 78.9%, 비찬성 집단의 경우 83.2%, 전체적으로 81.3%의 소비자를 옳게 분류해주는 모형인 것으로 나타났다.

분석결과 학력과 가계소득, 사회경제적 전망점수와 소비자시장 전망점수 중 긍정적 점수가 높을수록 소비자는 한미FTA에 찬성하는 집단에 속할 확률이 높은 것으로 나타났다. 반면 사회경제적 전망점수 중 부정적 점수가 높을수록 한미FTA에 찬성하는 집단에 속할 확률이 낮았는데 소비자시장 영역에서의 부정적 전망 점수는 유의미한 예측력이 없었다. 또한 남자는 여자에 비해 한미FTA를 찬성할 확률이 유의미하게 높았고 서울특별시나 중소도시 거주자에 비해 광역시 거주자는 한미

FTA를 찬성할 확률이 유의미하게 낮았다. 다른 변수를 통제했을 때 연령, 직업은 소비자태도(찬성/반대 여부)에 유의미한 예측력을 갖지 못하는 것으로 나타났다.

## V. 결 론

본 연구의 목적은 2007년 4월에 체결된 한미FTA에 대한 소비자 전망과 소비자태도(한미FTA에 대한 소비자 찬반정도)를 파악하고 관련요인을 알아보기 위한 것이다. 이를 위해 한미FTA가 체결된 후 6개월이 지난 11월 22일~29일 도시의 성인 남녀 527명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하여 자료를 수집하였다.

조사결과 한미FTA에 대해 절대 반대하거나 반대하는 편인 소비자가 25.3%, 매우 찬성하거나 찬성하는 편인 소비자가 45.5%로 찬성하는 소비자가 반대하는 소비자보다 약 1.8배 정도 많았다. 이는 협정체결 전후에 여러 기관이나 언론사가 시행한 소비자조사와 거의 유사한 결과를 보여주고 있다. 또한 한미FTA가 국내산업이나 국가경제구조, 노동시장, 사회전반에 미치는 영향과 소비자의 선택폭, 재화와 서비스의 품질 및 가격, 소비자문제 등 소비자시장에 미치는 영향을 전망하게 한 결과 소비자들은 대체로 긍정적인 항목과 부정적인 항목에 모두 동의하는 결과를 보이고 있었다. 다시 말해 한미FTA에 대한 긍정적인 기대와 부정적인 우려를 함께 갖고 있다는 의미이다. 한미FTA에 대한 소비자태도(찬반여부)가 소비자특성과 소비자전망에 따라 어떻게 달라지는가를 검증한 결과 성별과 학력과 가계소득, 거주지, 그리고 사회경제적 영역과 소비자시장 영역에 대한 소비자전망이 관련을 갖고 있는 것으로 나타났다. 연령, 직업 등은 다른 변수를 통제했을 경우 소비자태도와 유의미한 관련이 없었다.

자료 분석결과는 한미FTA에 대한 소비자전망이 매우 복잡적임을 나타낸다. 소비자들은 한미FTA가 가져올 긍정적 효과와 부정적 효과를 동시에 인식하고 있으며 부정적 효과를 우려하고 있음에도 불구하고 이익이 크다고 생각한 경우 전체적으로 협정에 찬성하는 경향을 보인다. 이는 소비자들이 진정으로 FTA에 대한 긍정적 기대를 가지고 있기 때문일 수도 있으나, FTA를 홍보한 정부와 일부 산업계의 덕분일 수도 있고, 기존 연구들이 지적한 바와 같이 FTA가 국제적인 흐름이라는 것을 소비자가 인식하고 현실적으로 우리사회가 그것을 거부할 수 없다고 생각했기 때문일 수도 있다. 특히 협정 체결 전에 비해 협정 후 언론사에서 실시한 소비자조사에서 찬성비율이 높게 나타난 것이 후자의 주장을 뒷받침한다.

그러므로 차후 연구에서는 소비자의 기대와 태도를 변화시킨 요인이 무엇인가를 더 구체적으로 파악하는 작업이 필요하다. FTA의 확대가 피할 수 없는 흐름이라면 소비자가 각국과의 FTA에 대해 기대하는 바와 우려하는 바를 자세히 파악하고

소비자가 그러한 기대를 갖게 된 배경을 파악해야 한다. 그래야만 협정 체결 전에 국민적 합의를 이룰 수 있을 것이고 나아가 협정에 임하면서 진정으로 소비자가 기대하는 이익을 극대화하기 위한 협상전략을 세울 수 있을 것이다. 가령 본 조사에서는 소비자들이 가장 기대하는 것이 외국인 투자의 증가와 소비자의 상품선택폭 확대, 그리고 품질상승으로 나타나고 있으며 정부에서 홍보한 것처럼 가격 상승에 대한 기대는 높지 않다. 반면 유사시 피해보상 문제에 대한 우려가 크다. 이는 앞으로 품질이나 안전문제 측면에서 논란의 가능성이 높은 중국이나 동남아와의 FTA를 논의할 때 정부가 유의해야 할 대목이다. 또한 한미FTA가 체결되었으나 아직 양국의 국회비준이 끝나지 않아 협정이 발효되지 않은 상황이므로 일단은 소비자가 우려하는 부정적 효과들을 최소화하기 위한 작업이 필요하다.

소비자들은 또한 소비자시장에 대한 긍정적 전망과 부정적 전망을 동시에 가지고 있을 경우 큰 변화가 없을 것이라고 전망한 집단에 비해 협정에 긍정적인 태도를 보이고 있다. 이는 긍정적인 효과와 부정적인 효과를 비교하여 긍정적 효과가 크기 때문일 수도 있지만 긍정적이든 부정적이든 FTA에 대해 잘 알고 다양한 판단을 할 수 있는 경우, 그렇지 않은 경우에 비해 긍정적인 태도를 보일 수 있음을 시사한다. 실제로 사회경제적 전망부분에서 큰 변화를 예상하지 않는 집단에서 고졸이하, 저소득층, 전문직이 아닌 판매직/서비스직/단순기능직의 비율이 높았다. 동일한 상황이라도 소비자가 여러 가지 정보를 알고 있는 경우에는 그렇지 못한 경우보다 자주적인 선택을 할 수 있고 막연한 불안감을 줄일 수도 있다. 앞으로 이어질 유럽 및 일본 중국 등 여러 국가와의 협정에서는 각국 상품과 시장에 대한 정보를 소비자에게 제공하고 소비자를 교육시켜 개방시대의 수준에 맞는 소비자를 양성해야 한다.

현재 우리나라는 미국과의 FTA에 이어 EU와 협정을 체결하였고 또 여러 국가와의 협정을 진행중이다. 미국과의 협정에서 소비자들이 기대하고 우려하는 바와 다른 나라와의 협정에서 소비자들이 기대하고 우려하는 바는 분명히 다를 것이다. 특히 중국이나 일본 등 우리나라와 교역규모가 큰 다른 나라들과 협정을 시작할 경우 미국의 경우와는 또 다른 긍정적, 부정적 전망들이 제기될 것이다. 경제제도나 관세제도, 제품분류 및 원산지 규정 등이 우리와 많이 다른 중국과의 관계에서는 소비자시장에 대한 더 많은 부정적 전망들이 나타날 가능성도 있다. FTA가 피할 수 없는 국제적 추세라도 해도 협정의 효과를 극대화하기 위해서는 소비자의 기대와 우려에 대한 내용을 잘 파악하고 우려를 극소화할 수 있도록 준비해야 할 것이다. 또한 이미 체결된 한미FTA를 비롯, 1년여가 지난 여러 협정의 효과를 평가하고 시장에서 드러나는 문제들을 해결하기 위해 추가적인 조사가 필요할 것이다. 그 결과에 맞추어 기존의 소비자정책과 피해구제제도, 소비자교육 제도를 종합적으로 재정비할 필요가 있다.

## 【참 고 문 헌】

- 김도훈(2006). **한미FTA가 제조업에 미치는 영향과 소비자 후생**. KIET 연구보고서.
- 김도훈(2007). **한미FTA의 산업별 영향과 산업구조 선진화 전략**. KIET 연구보고서.
- 김아영(2007). **한미FTA에 따른 금융시장 및 사회후생 변화**. 연세대학교 석사학위 논문
- 김영순(2006). **한중일 FTA체결의 경제적 효과에 관한 연구: 상품교역에 미치는 효과 및 대응방안을 중심으로**. 조선대학교 박사학위 논문
- 나경민(2008). **FTA가 소득불평등도에 미치는 영향: 기존 FTA에 대한 경험적 분석을 중심으로**. 서울시립대학 석사학위 논문
- 나광식·허민영·이금노(2006). **FTA의 소비자 후생효과 분석**. 한국소비자원 연구보고서.
- 나광식·강성진·이득연·박호용·고형석(2007). **FTA체결하 소비자정책의 부분별 과제**. 한국소비자원 연구보고서
- 송미현(2008). **FTA원산지 규정의 특징과 FTA협정별 비교분석: 한국의 FTA 대상국별 원산지 규정의 비교분석**. 고려대학교 석사학위 논문
- 외교통상부(www.fta.go.kr) 자유무역협정자료실(2007). **한미 FTA, 1차적 수혜자는 소비자**. (대외경제 통상연구원 자료 재인용)
- 외교통상부 홈페이지 자료(2007). **한미FTA의 경제적 효과 분석**
- 유재원(2005). **한미FTA 체결이 한국전자산업에 미치는 영향에 관한 연구**. 건국대학교 박사학위논문
- 전성인(2006). **한미FTA의 명암: 금융서비스 분야를 중심으로**. 한국경제학회 정책포럼
- 전홍택 외 7인(2007). **한미FTA 관련 경제전문가 의견조사**. KDI 경제정보센터.
- 조엽하(2009). **FTA 원산지 결정기준에 관한 비교연구: 중-칠레 FTA와 한-칠레FTA를 중심으로**. 제주대학교 석사학위 논문
- 중앙일보와 조인스-리서치 앤 리서치(2007). **한미FTA에 대한 소비자 인식조사**. 5월 4일자 기사.
- 한겨레 신문과 리서치 플러스(2007). **한미FTA 여론조사: 잘한 일 56%**. 4월 3일자 기사.
- 서울경제신문과 한국리서치(2007). **한미FTA 지지 갈수록 상승**. 4월 5일자 기사.
- 한국일보와 미디어리서치(2006). **한미FTA 찬성 58%**. 6월 7일자 기사.
- Andreosso-O'Callaghan, B.(2009). **Economic Structural Complementarity: How Viable is the Korea-EU FTA?**, *J.of Economic Studies*, V.36(2), pp.147-167.
- Kang, H.(2006). **Free Trade Agreement among China, Japan,**

and Korea. *Research in Global Strategic management*. v.12, pp.151-165.

접수 일 : 2009년 09월 15일

심사 일 : 2009년 10월 06일

심사완료일 : 2009년 12월 21일