

# 한·EU FTA 발효 전후에 따른 한국소비자 EU제품 가격수준 차이분석

A Paired Samples Test on EU Product Price lever of Korean Consumer for Before and After  
Korea-EU FTA Effectuation

이제홍(Je-Hong, Lee)

조선대학교 경상대학 무역학과 교수

## 목 차

- |                     |          |
|---------------------|----------|
| I. 서 론              | V. 결 론   |
| II. 한·EU FTA 이론적 연구 | 참고문헌     |
| III. 연구모형 및 연구가설    | ABSTRACT |
| IV. 연구분석결과          |          |

## 국문초록

FTA는 협정 당사국의 재화 및 서비스 생산과 소비에 구조적 변화뿐만 아니라 타 국가와의 무역 및 자본거래의 변화를 초래하기도 하며, 시장확대와 시장 중심의 효율을 추구한다는 긍정적인 측면을 가지고 있다. 한·EU FTA 체결에 따라 EU제품의 수입이 증가하고 있으며, 관세인하에 따른 수입제품의 국내판매 가격의 하락하고 있으며, 일부는 변화가 없는 품목도 있다. FTA의 당위성을 부여함과 아울러 FTA 발효전후에 대한 제품가격에 어떠한 영향을 보이고 있는가를 연구하는데 있다. 연구결과 T-Test를 위한 요인들인 육류, 전자 및 가전제품, 주류(와인, 위스키), 주방용품, 주스(음료), 의류 및 패션 제품들 모두 가격변수들에 유의한 차이를 보이고 있다. 그러나 육류, 전자 및 가전제품, 주류(와인, 위스키), 주방용품, 주스(음료) 등의 제품은 FTA 체결 후에 체결 전보다 가격에 대해 정의 유의성을 보이고 있어, FTA 가격효과가 있는 것으로 분석되었다. 반면, 의류 및 패션제품은 FTA 체결 전 가격보다 FTA 체결 후 가격보다 역의 유의성을 보이고 있어서 FTA 체결이 제품가격에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

FTA는 긍정적, 부정적 효과가 있지만 궁극적으로 무역자유화로 협정국가간 상호 개방으로 교역이 활성화 됨으로써 무역전환효과와 무역창출효과로 국내생산과 경제성장의 지속성을 유지할 수 있는 효과를 보이고 있다.

**주제어** : 한·EU FTA, 관세인하, 제품가격, 소비자 후생, 무역자유화, 무역창출효과, 무역전환효과

## I. 서론

FTA는 무역자유화를 강화하기 위해 협정국과 비교우위제품에 대해 양허품목을 지정하여 관세율을 인하하는 것이 FTA 체결의 주요한 사안이다. 이렇듯 FTA는 관세를 인하를 통한 자유무역을 추구하는 정책이지만 관세율은 여전히 중요한 역할을 한다. 이는 FTA 미체결국 으로부터 수입되는 물품에 여전히 법률적으로 규정된 관세율이 적용되고 있기 때문이다.

FTA는 협정 당사국의 재화 및 서비스 생산과 소비에 구조적 변화뿐만 아니라 타 국가와 의 무역 및 자본거래의 변화를 초래하기도 하며, 시장확대와 시장 중심의 효율을 추구한다는 긍정적인 측면을 가지고 있다.(이제홍 외, 무역연구, 2013.3) 또한 FTA 체결국 제품의 관세인 하로 수입증가 효과가 발생하며, 또한 관세가 인하됨으로써 국내소비자 가격이 하락함으로써 소비자의 후생이 증대하고 있다. 그러나 소비자에게 관세인하분 만큼의 후생수준이 소비자에 게 전환되어야 함에도 불구하고 가격변동이 없으며, 오히려 가격이 상승하고 있는 현상이 발 생하는 경우가 있다.

현재 한국은 현재, 칠레, 싱가포르, EFTA, ASEAN, 인도, EU, 페루, 미국, 터키 등 45 여개 국과의 FTA가 발효되었다. 유럽과는 2011년 7월 1일 한·EU FTA 발효되었으며, EU와 FTA가 체결되었음에도 수출증가율은 감소하고 있다. 특히, 세계 금융위기가 발생했던 '2009년을 제 외하고 '2002년 이후 '2011년까지 증가세를 계속 유지하던 대 EU 수출은 '2012년 감소세로 돌아섰고 2013년('3.1~9월)에도 수출 감소가 이어지고 있으나, 수출 감소폭은 전년에 비해 줄 어들었다. 대 EU 수출은 재정위기 여파로 '12년 전년 동기 대비 11.4% 감소했으며, 금년에도 수출증가율은 -4.0%를 기록하고 있다(한국무역협회, 2013).

또한 수입은 2010년은 수입증가율이 19.9%, 2011년은 11.1%, 2012년에는 2.1%의 부터 수입 증가율이 계속되고 있으며, 2013년 8월 현재 수입증가율이 약간 둔화되고 있으며, 국제수지 는 205년부터 지금까지 적자를 면치 못하고 있는 실정이다. 그만큼 EU로부터의 수입이 많은 상태이다.

한·EU FTA 체결에 따라 EU제품의 수입이 증가하고 있으며, 관세인하에 따른 수입제품의 국내판매 가격의 하락하고 있으며, 일부는 변화가 없는 품목도 있다. 공정거래위원회(2012.6)가 조사한 FTA 체결후 EU 제품 가격 변동을 조사한 결과 EU산 9개품목 중 6개 품목의 가격이 하락한 것으로 나타났다. 이제홍(무역연구, 2013)은 FTA가 체결국됨으로써 FTA 발효국 제품 의 관세가 인하되고, 수입증가 효과가 발생하며, 또한 관세가 인하됨으로써 국내소비자 가격 하락하여 소비자의 후생이 증대하고 있다. 그러나 소비자에게 관세인하분 만큼의 후생이 소비

자에게 전환되어야 함에도 불구하고 가격변동이 없으며, 오히려 가격이 상승하고 있는 현상이 발생하는 경우도 있다. 이처럼 FTA 체결에 따른 소비자에 대한 실익은 다양하게 나타나고 있다. 따라서 FTA의 당위성을 부여함과 아울러 FTA 발효전후에 대한 제품가격에 어떠한 영향을 보이고 있는가를 연구하는데 있다. 특히 본 연구는 한·EU FTA 발효 전후 육류, 전자 및 가전제품, 주류(와인, 위스키), 주방용품, 주스(음료), 의류 및 패션 제품의 가격을 비교검증하는데 있다. FTA 발효 전후에 나타나는 제품가격 인하에 따른 효과를 분석하여 가격인하의 내용을 파악함으로써 FTA 체결에 적극적으로 대처하고 아울러 수입제품 가격조절을 위한 유통의 원활화과 제품가격의 검사를 지속적으로 점검하는 내용을 파악하는데 있다.

## II. 한·EU FTA 이론적 연구

### 1. 한·EU FTA 선행연구

FTA는 양국간 교역에 대해 관세 및 비관세 장벽을 철폐하기 때문에 가장 큰 변화는 수출입과 타국과의 수출입변화이다. FTA는 무역창출 및 무역전환 효과를 갖는다(Viner, 1950). 기발효된 FTA의 교역효과를 측정하기 위해서는 Primo *et al*(1994), Frankel(1997), Baier and Bergstrand(2007), Megee(2008)와 같이 일반적 형태의 중력모형에 국가간 FTA 체결여부를 나타내는 더미변수를 추가한 연구들이 있으며, 더 나아가 Cernat(2001), Magee(2008), Plummer *et al*(2010)을 따라 두 국가 사이에 이루어지는 교역을 FTA 체결국간의 교역과 FTA 체결국과 비체결국간의 교역으로 구분하여 기발효 FTA의 무역창출과 무역전환 효과를 추정한다. 아울러 FTA의 수출효과에 초점을 맞추어 FTA 발효 이후 신규 수출이 증가했는지 아니면 기존 수출이 증가했는지 분석하기 위해 기발효 FTA가 수출의 외연적 성장과 내연적 성장에 어떻게 기여했는지 분석한 선행연구이다.

Smith and Venables(1988)는 부분균형연산 모형을 이용하여 EU의 단일시장 형성으로 인한 생산요소 이동의 피급효과에 비해 회원국간 가격차별 제거의 효과가 크다고 지적하고 있다. Lejour *et al*(2001)은 관세철폐 외에 무역원활화 및 위험감소로 동유럽국가의 GDP는 평균 5.4% 증가할 것으로 추정하고 있다. 김홍중 외(2005)는 한·EU FTA는 한국의 경제적 후생을 증가시키는 방향으로 긍정적인 영향을 미칠 것이며, 특히 서비스 산업의 경쟁력 증가와 비중 확대를 가져올 것으로 예상하고 있다. 조경엽·송원근(2009)은 한·EU FTA가 현실화될 경우,

2010년에 한국의 GDP가 1.28%-3.59% 증가하며, 무역수지는 19억-58억 달러의 흑자가 발생하고, 고용수준은 0.51-1.60% 증가할 것으로 추정하고 있다. 신범철(2010)은 한-EU FTA에서 서비스 산업의 개발이 고려되지 않고, 농업 및 제조업의 관세가 철폐되면, 한국의 실질국내총생산이 0.14%-0.18% 증가하는데 그치며, 서비스산업의 무역장벽이 50% 철폐되고, 농업 및 제조업의 관세가 철폐되면 한국의 실질국내총생산이 0.54%-0.86%가 증가할 것으로 분석하고 있다.

대외경제정책연구원 등(2010)에 따르면 한·EU FTA 이행은 우리나라 실질 GDP를 추가적으로 약 0.1%-5.6% 증가시키는 효과가 있는 것으로 분석하고 있다. 특히 관세철폐에 따라 단기적(정태모형)으로 교역증대, 자원배분 효율 개선, 국내생산 증가 등으로 FTA가 없을 경우에 비해 실질 GDP가 약 0.1% 증가되는 것으로 나타났으며, 중장기적(자본축적모형)으로 자본축적 및 생산성 향상 등을 통해 실질 GDP가 최대 5.6%까지 증가하는 것으로 나타나고 있다. 또한 자원배분 효율개선, 교역조건 변화 등을 나타내는 후생수준은 정태모형에서 약 15억달러, 자본축적모형에서는 39-320억 달러 증가하는 것으로 나타나고 있다. 고용효과를 보면 한·EU FTA 이행에 따른 고용규모 변화는 단기적으로 30천명, 단기적으로 48-253천명 증가하는 것으로 계산되고 있으며, 단기적으로 농수산업부문에서는 약 1,700개의 일자리가 소멸되는 반면, 제조업에서 4,000개, 서비스업의 경우 27,000개의 일자리가 만들어질 것으로 추산하고 있다. 단기에서 농수산업부문에서는 고용감소가 나타나고, 제조업과 서비스업에서는 고용증대가 나타날 것이다.

한충민(1997)은 소비자들이 외국제품 구매결정에 영향을 미치는 요인을 크게 세가지로 나누어 설명하고 있다. 제품의 기능적 가치, 상징적 가치, 애국심으로 설명하고 있다. 첫째 제품의 기능적 가치는 소비자들이 외국제품의 품질 수준이 뛰어나거나 가격이 저렴하기 때문에 외국제품을 구매한다는 것으로 나타났다. 우리나라 제품의 품질 수준, 특히, 기술/디자인 수준, 내구성 및 원자재의 품질수준이 선진국에 비해 상당히 떨어지는 것으로 나타났다(대한상공회의소, 1996).

정재호·이홍식(2010; 120)은 한미 FTA 및 한 EU FTA 발효 이후 우리나라 관세율에 변화가 없을 경우 우리나라의 후생은 0.27% 증가하고 미국으로부터의 수입은 0.31%, EU로부터의 수입은 0.05% 증가할 것으로 분석되었다. 이런 상황에서 우리나라 관세율을 10%, 20% 그리고 40% 인하하였을 경우 관세 인하폭이 클수록 우리나라에 미치는 경제적 후생증가는 당연히 증가하는 것으로 나타났다. 그러나 관세 감축폭이 크게 변화함에도 불구하고 후생의 변화는 관세를 10%에서 20%로 감축할 경우 약 0.32%-0.35%에서 약 0.37%-0.41%로 또한 관세율 40% 감축할 경우 약 0.46%-0.55%로 변화하여 큰 관세 감축폭에 비해 후생변화폭은 상대적으로 크지 않았다.

## 2. 한·EU FTA 발효 후 가격

자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement)은 회원국 간 상품 서비스 투자 지재권 정부조달 등에 대한 관세 비관세 장벽을 완화함으로써 상호간 교역 증진을 도모하는 특혜무역협정을 의미하며 특히 관세철폐이 주요한 사안이다.<sup>1)</sup> 따라서 FTA가 발효되면, 양허품목인 관세율이 인하되어 국내소비가격이 인하되어야 한다. 그러나 현실적으로 관세인하 폭만큼 제품가격이 인하되고 있는가는 현실적으로 파악하기 힘든 것이 사실이다.

때문에 공정거래위원회(2011) 조사에 의하면 FTA 이전에 비해 6.14. 기준으로 총 9개 품목 중 6개 품목의 가격이 하락한 것으로 나타나고 있다. 그리고 가격이 인하된 품목 중 와인과 승용차를 제외한 품목은 모두 한·미 FTA 발효 전후 가격인하에 대한 사회적 관심이 높아지면서 가격인하가 이루어지고 있다.

〈표 1〉 EU산 대표 브랜드별 가격변동 추이

품목	브랜드	관세 인하율	기준가격 ( '11.7.1.이전)	최근 점검일(6.14.) (기준가격 대비 인하율)
전기다리미	테팔 FV9530	8%p	136,000원	100,000원 (-26.5%)
전기면도기	필립스 RQ 1260CC	8%p	349,000원	333,600원 (-4.4%)
프라이팬	휘슬러 알록스 프리미엄	8%p	200,000원	187,000원 (-6.5%)
와인	솔라시모 모스카토 다스티	15%p	19,500원	15,000원 (-23.1%)
유모차	잉글레시나	8%p	890,000원	798,000원 (-10.3%)
승용차	벤츠 E300	2.4%p	6,970만원	6,880만원 (-1.3%)

자료 : 공정거래위원회, 2012.6.21.(목)보도자료

한국소비자원(2012.8.10)은 수입 전기면도기와 전동칫솔의 평균 수입가격 및 소비자가격, 유통구조, 판매점별 소비자가격, 한·EU FTA 전후 소비자가격 동향 등에 대해 조사하였다. 한·EU FTA체결 전후, 전기면도기 수입가격은 '2011년 2분기 대비 '2012년 2분기에는 평균 6.3% 하락하였다.

네덜란드산 필립스 제품(4개 모델)의 경우 한·EU FTA 발효 직후에는 가격변동이 없었으나 금년 3월 들어 3.1%~5.0%(백화점 판매가격 기준) 가격이 인하되었다. 반면 독일산 브라운 제품(2개 모델)의 경우 1개 모델(760CC)은 가격변동이 없었고, 1개 모델(790CC)의 경우 일시적 할인행사에 따라 가격이 하락한 것으로 파악되었다.

1) <http://www.ftahub.go.kr/kr/situation/fta/01/>

〈표 2〉 전기면도기 평균 수입가격 추이

(단위 : 원, %)

수입국	2011년				2012년		
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	(전년동기)
전체	44,646	32,500	48,550	41,391	25,272	30,447	(- 6.3)
EU (전분기대비)	93,827 ( - )	83,801 (-10.7)	103,841 (23.9)	94,166 (-9.3)	57,233 (-39.2)	74,205 (29.7)	(-11.5)
기타지역	26,198	15,930	34,005	22,724	17,206	19,195	( 20.5)

자료 : 관세청(한국소비자원 보도자료, 2012.8.10)

전동칫솔에 대한 '2011년 2분기 대비 '2012년 2분기 소비자가격(백화점 매장) 동향 파악이 가능한 4개 모델의 가격변동 추이를 살펴보면, 독일산 브라운 오랄비 제품 2개 모델은 가격변동이 없는 것으로 확인되었다.

〈표 3〉 전동칫솔 평균 소비자가격(백화점) 추이

(단위 : 원, %)

브랜드	모델명	원산지	2011년			2012년		변화율 (B-A)/A
			6.15 (A)	9.15	12.15	3.15	6.15 (B)	
브라운 오랄비	D20.525	독일	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000	-
	OC20	독일	199,000	199,000	199,000	199,000	199,000	-
	D12.023	중국	39,000	39,000	49,000	49,000	42,000	7.7

자료 : 한국소비자원 보도자료, 2012.8.10

### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구설계 및 분석방법

본 연구는 한·EU FTA 발효 이후, EU 제품 가격 차이를 분석한 연구로서 EU 제품을 구매한 소비자들 표본으로 하여 선행연구를 검토하고, 설문지를 작성하였다. 설문지의 변수는 육류, 전자 및 가전, 주류, 주방용품, 주스, 의류패션 등 6개 변수로 하였으며, 각 항목에 대하여 리커트 5점 척도로 하고, 각 변수별 만족도에 “전혀 그렇지 않다”의 경우는 1점, “매우 그렇다”의 경우는 5점으로 하였다. 연구를 위해 개발된 설문지는 EU제품을 구매한 경험이 있

는 전국의 소비자를 표본으로 하였다. 설문지는 2013년 1월부터 2013년 8월까지 배포·회수하였으며, 배포는 1000부를 배포하여 780부를 회수하여, EU산 제품을 구매한 경험이 있는 소비자가 응답한 유효 설문지 283개를 분석에 이용하였다.

또한 본 연구의 분석은 SPSS 12.1 통계프로그램을 이용하여 변수의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 주요 인구통계학적 변수로 성명, 나이, 직업, 거주지, 구매장소, 가격결정자, 구매이유, 한·EU FTA 발효로 인한 피해당사자, 피해 산업 등 명목척도로 변수를 결정하였다. 변수를 이용한 설문지를 수거하여 빈도분석, 신뢰성 분석 그리고 T-검증 그리고 회귀분석을 하여 본 연구의 결과를 도출한다. 특히, EU와의 FTA 발효 전후에 따른 제품가격 차이분석은 T-Test로 가격의 차이가 존재하는가의 여부를 검증하여 FTA에 대한 유효성 연구를 소비자 중심으로 하였다. T-검정은 하나의 검정변수에 대해 두 집단 간 평균의 차이가 통계적으로 유의한지를 파악할 때 이용하는 통계기법이다.

그리고 본 설문지의 신뢰성을 검증하기 위해서는 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 이용하여 검증을 하게 되는데, 일반적으로 설문지 분석에서 신뢰도 계수가 0.60 이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 인정하고 있다. 본 연구의 선택된 분석문항은 대체적으로 70% 이상의 신뢰도를 보이고 있다.

## 2. 연구가설 및 연구모형

FTA 체결은 궁극적으로 자유화를 추구하는 무역정책적 차원에서 관세인하의 수단으로 이루어지는 국가간 협정이다. 양국간 양허품목에 대한 관세가 인하되어, 양허 수입제품에 대한 가격이 인하되어 소비자의 후생이 증대된다. 그런데 FTA 체결에 따른 수입제품가격에 대한 소비자의 인지차원과 마찬가지로 가격이 불공정하다고 인식하는 것은 단순히 가격이 인상되었다고 생각하는 것이 아니라 왜 가격이 인상되었는가에 대한 소비자의 이해에서 출발한다. 따라서 가격이나 가격 인상이 공정한지에 대한 소비자의 판단에서 기업의 비용은 중요한 역할을 한다(Bolton et al. 2003).

많은 선행연구에서 FTA 체결에 따른 양허품목의 관세인하가 체결국의 수출입증가와 함께 교역증가의 효과를 보이고 있으며, 생산자와 소비자 모두 함께 후생이 증대하며, 특히 소비자가 가격으로 소비자의 후생이 증대하는 증증을 보이고 있다. 이제홍(2011)연구에서는 칠레 제품 '가격' 요인이 칠레제품 평가에 유의한 영향을 미치고 있음을 분석하고 있다.

신동천(1999)은 규모의 경제를 가정하는 경우, 관세철폐는 불완전경쟁산업 내의 기업수를



변동시키고 규모의 경제가 크면 관세철폐가 가져오는 시장확대로 한국경제에 중요한 산업들에서 이른바 산업합리화가 이루어지는 것으로 평가되었다. 그리고 田村 善弘·이병오(2005)한·칠레 FTA 발효된 2004년을 기준으로 수출액과 수입액이 모두 증가하고 있으며, 문한필·이현근·박한울(2013)은 한·미 FTA가 발효되었어도 농산물 시장에 별다른 영향을 미치지 않았고, 한·미 FTA가 발효된 직후 100여일 기간(3/15-6/30)을 기준으로 미국산 농식품의 수입량을 전년도 같은 기간과 비교할 경우, 관세감축 폭이 큰 미국산 오렌지, 레몬, 자몽, 기타 과일 등 신선과일의 수입량이 크게 확대되었다. 결국 미국산 신선과일의 관세인하와 수입량 증가는 국내 과일·과채류 시장에 직간접적인 영향을 미칠 것으로 예상하고 있다.

정재호·이홍석(2010)은 한미 FTA 및 한 EU FTA 발효 이후 한국 후생은 0.27% 증가하고 미국으로부터의 수입은 0.31%, EU로부터의 수입은 0.05% 증가할 것으로 분석되었다. 한국 관세율을 10%, 20% 그리고 40% 인하하였을 경우 관세 인하폭이 클수록 한국에 미치는 경제적 후생증가는 증가하는 것으로 나타났다.

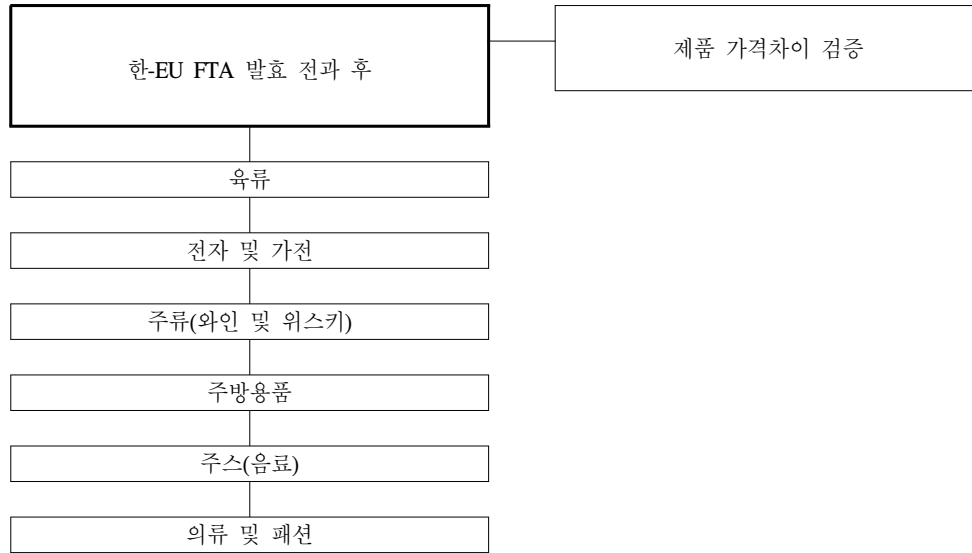
특히, 안병일·임정빈(2011)은 한·칠레 FTA 이후 국내 시설포도의 생산량과 가격이 증가하여 FTA로 인한 피해가 없는 것으로 나타났지만, 관세인하 효과가 국제가격, 환율, 생산비의 상승 그리고 무엇보다도 큰 폭의 수요증가 효과에 의해 상쇄되었기 때문에 적극적인 의미에서 국내 시설 농가의 피해가 존재함을 실증적으로 밝혔다.

〈표 4〉 연구가설

가설	내용
H1 :	한·EU FTA 발효 전후에 따른 EU 제품가격에 차이가 있을 것이다.
H1-1	한·EU FTA 발효 전후, EU 육류 제품 가격이 차이가 있을 것이다.
H1-2	한·EU FTA 발효 전후, EU 전자 및 가전제품 가격이 차이가 있을 것이다.
H1-3	한·EU FTA 발효 전후, EU 주류(와인 및 위스키) 가격이 차이가 있을 것이다.
H1-4	한·EU FTA 발효 전후, EU 주방용품(음료) 가격이 차이가 있을 것이다.
H1-5	한·EU FTA 발효 전후, EU 주스(음료) 가격이 차이가 있을 것이다.
H1-6	한·EU FTA 발효 전후, EU 의류, 패션 가격이 차이가 있을 것이다.



<그림 1> 연구모형



## IV. 연구 분석결과

### 1. 연구 표본의 특징

#### 1) 응답자 일반적 특성

본 연구는 한·EU FTA 발효에 따른 국내소비자의 EU제품에 대한 가격차이에 대한 검증을 위한 분석을 위해 설문지를 이용하여 분석하였다. 먼저 명목척도로 구성된 인구통계적 특성 분석을 위해 조사대상 표본 283개를 이용하였다. 연구 표본에서 성별은 남성 134명(47.3%), 여성 149명(52.6%)이 응답하였으며, 나이는 20대 146명(51.5%), 40대가 48명(16.9%), 50대가 43명(15.1%), 30대가 38명(13.4%)이 응답하였으며, 직업은 학생이 145명(51.2%), 회사원이 60명(21.2%), 가정주부가 28명(9.8%), 그리고 자영업이 23명(8.1%), 공무원이 18명(6.2%)의 순으로 응답하였다. 응답자 표본의 거주지는 광주·전남북에 거주하는 응답자가 95명(33.5%), 서울·경인지역 72명(25.4%), 그리고 부산·경남, 대전·충청이 동일하게 31명(10.9%), 그리고 대구·경북 응답자가 29명(10.2%), 강원에 거주하는 응답자가 25명(8.8%)이 응답하였다.

〈표 5〉 일반적 특성

구분	내용	빈도	비율	누적비율
성별	남성	134	47.34	47.34
	여성	149	52.65	100
나이	20대	146	51.59	51.59
	30대	38	13.42	65.01
	40대	48	16.96	81.97
	50대	43	15.19	97.17
	60대 이상	8	2.826	100
직업	학생	145	51.23	51.23
	회사원	60	21.20	72.43
	공무원	18	6.360	78.79
	자영업	23	8.127	86.92
	가정주부	28	9.893	96.81
	기타	9	3.180	100
거주지	서울, 경인	72	25.44	25.44
	광주, 전남북	95	33.56	59.01
	부산, 경남	31	10.95	69.96
	대구, 경북	29	10.24	80.21
	대전, 충청	31	10.95	91.16
	강원	25	8.83	100
Total		283	100	

## 2) 수입제품 특성

한·EU FTA 발효 후에 국내소비자의 EU제품에 대한 구매 특성을 분석해보면 다음과 같다. 첫째, 구매자의 구매장소는 할인마트에서 114명(40.2%)이 가장 많이 구매한다고 응답하였고, 백화점에서 구매한다고 56명(19.7%)이 그 다음으로 응답하였다. 그리고 인터넷 쇼핑몰 51명(18.0%), 편의점 및 동네슈퍼마켓에서 구매한다고 25명(8.8%)이며, 식당 및 주점이 21명(7.4%), 마지막으로 채래식 시장에서 16명(5.6%)이 구매한다고 응답하였다.

둘째, 가장 많이 구매한 EU산 구매제품으로 의외로 의류 및 패션제품을 구매한다고 응답한 응답자가 61명(21.5%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 육류제품 51명(18.0%), 주류(와인, 위스키) 46명(16.2%), 전자및 가전제품이 43명(15.1%), 식품류 38명(13.4%)의 순으로 응답하였다.

셋째, EU에서 수입한 제품에 대한 가격을 결정하는 당사자가 누구인가라는 질문에 의외로 정부가 71명(25.5%)으로 가격을 결정한다고 응답하였으며, 그 다음으로 수입업자가 57명(20%), 국내유통업자 55명(19.4%), 국내판매상 53명(18.7%), 마지막으로 수출업자가 46명(16.2%) 만이 응답하였다.

넷째, 한·EU FTA 발효 후, EU제품 구매이유에 대한 질문에 제품가격이라고 응답한 응답자가 무려 119명(42.0%)로 가장 많았고, 그 다음으로 제품품질이 64명(22.6%), 디자인 및 외형이 51명(18.0%), 편리성 및 실용성이 32명(11.3%), 견고성이 15명(5.3%) 순으로 응답하였다.

<표 6> 제품 특성

구분	내용	빈도	비율	누적비율
구매장소	백화점	56	19.78	19.78
	할인마트	114	40.28	60.07
	재래식시장	16	5.653	65.72
	인터넷쇼핑몰	51	18.02	83.74
	편의점, 슈퍼	25	8.833	92.57
	식당 및 유흥주점	21	7.420	100
구매제품1	전자 및 가전	43	15.19	15.19
	주류	46	16.25	31.44
	음료(주스)	34	12.01	43.46
	육류	51	18.02	61.48
	의류 및 패션	61	21.55	83.03
	주방용품	9	3.180	86.21
	식품류	38	13.42	99.64
	수산물	1	0.353	100
구매제품2	전자 및 가전	17	6.007	6.007
	주류	39	13.78	19.78
	음료(주스)	51	18.02	37.80
	육류	79	27.91	65.72
	의류 및 패션	36	12.72	78.44
	주방용품	15	5.300	83.74
	식품류	40	14.13	97.87
	수산물	6	2.120	100
구매제품3	전자 및 가전	39	13.78	13.78
	주류	32	11.30	25.08
	음료(주스)	30	10.60	35.68
	육류	36	12.72	48.40
	의류 및 패션	37	13.07	61.48
	주방용품	23	8.12	69.61
	식품류	71	25.0	94.69
	수산물	15	5.30	100
수입제품 가격 결정권자	수출업자	46	16.2	16.25
	수입업자	57	20.1	36.39
	유통업자	55	19.4	55.83
	국내판매상	53	18.7	74.20
	정부	72	25.4	99.64
구매이유	가격	119	42.0	42.04
	품질	64	22.6	64.66
	디자인 및 외형	51	18.0	82.68
	견고성	15	5.30	87.98
	편리성 및 실용성	32	11.3	99.29
	시각적 요소	2	0.70	100
Total		283	100	

### 3) FTA 발효 피해 특징

한·EU FTA 발효 이후에 EU제품 수입으로 피해를 입은 피해당사자에 대한 질문에 국내생산자가 가장 많은 피해를 입는다는 169명(59.7%)로 가장 많이 응답하였고, 그 다음으로 국내 소비자 57명(20.1%), 국내수입업자 31명(10.9%), 국내판매상 21명(7.4%), 정부 5명(1.7%)만이 응답하였다. 그리고 한·EU FTA 발효 이후에 EU제품 수입으로 피해를 가장 많이 입은 산업은 농수축산물이 198명(69.9%)로 가장 많이 응답하였고, 그 다음으로 전자 및 가전제품이 23명(8.1%), 자동차(부품)산업 22명(7.7%), 주방용품이 12명(4.2%), 의류 및 패션산업이 9명(3.1%), 주류가 9명(3.18)의 순으로 피해본 산업이라고 응답하였다.

〈표 7〉 FTA 발효 피해

구분	내용	빈도	비율	누적비율
수입증가로 인한 피해 당사자	국내생산자	169	59.7	59.71
	국내소비자	57	20.1	79.85
	국내수입업자(유통업자)	31	10.9	90.81
	국내판매상	21	7.42	98.23
	정부	5	1.76	100
피해산업	농수축산업	198	69.9	69.96
	자동차(부품)산업	22	7.77	77.73
	전자 및 가전산업	23	8.12	85.86
	패션 및 의류산업	18	6.36	92.22
	주류	9	3.18	95.40
	주방용품	12	4.24	99.64
	기타	1	0.35	100
Total		283	100	

## 4. 한·EU FTA 발효 전후 제품가격 차이분석

### 1) 육류제품 가격 차이

국내소비자들이 EU산 육류제품을 구매할 경우 FTA 발효 전과 FTA 발효 후 육류 제품의 가격에 대한 차이에 대해 대응표본 T-검증분석을 통하여 증명하였다. T값은 두 변수간의 평균의 차이를 평균의 오차로 나눈 값이다. 즉,  $(0.289753)/(0.069026)=4.197746$ 이 된다. 자유도에서  $282(283-1)$ 에서 T값 4.197746을 양쪽 검증한 결과 유의확률 값이 0.000으로써 유의수준

0.05보다 작으므로 두 변수간의 평균이 동일하다는 귀무가설은 기각된다. 따라서 FTA 발효 전후, 육류제품의 가격간에는 유의한 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 “한·EU FTA 발효 전후 EU 육류 제품 가격이 차이가 있을 것이다”의 가설은 채택되었다. 그 결과 FTA 발효 후의 육류제품 가격이 FTA 체결 전의 육류제품의 가격에 대한 인하 수준보다 훨씬 높게 나타났다. 이는 FTA 발효로 국내소비자들이 EU 육류제품의 가격이 인하되어 만족되었다는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 8〉 육류제품 가격 쌍표본 T-Test

대응 1	대응차					t	자유도	유의확률 (양쪽)
	평균	표준편차	평균의 표준오차	차이의95% 신뢰구간				
				하한	상한			
발효 후 가격 - 발효 전 가격	0.289753	1.161193	0.069026	0.153881	0.425624	4.197746	282	0.000
FTA 발효 전후, 육류가격 쌍표본 통계								
발효 후	3.106007	0.935547	0.055612					
발효 전	2.816254	0.648088	0.038525					

## 2) 전자 및 가전제품 가격 차이

국내소비자들이 EU산 전자 및 가전제품을 구매할 경우 FTA 발효 전과 FTA 발효 후 전자 및 가전 제품의 가격에 대한 차이에 대해 대응표본 T-검증분석을 통하여 증명하였다. T값은 두 변수간의 평균의 차이를 평균의 오차로 나눈 값이다. 즉, 자유도에서 282(283-1)에서 T값 1.470357을 양쪽 검증한 결과 유의확률 값이 0.000으로써 유의수준 0.05보다 작으므로 두 변수간의 평균이 동일하다는 귀무가설은 기각된다. 따라서 FTA 발효 전후, 전자 및 가전제품의 가격간에는 유의한 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 “한·EU FTA 발효 전후 EU 전자 및 가전 제품 가격이 차이가 있을 것이다”의 가설은 채택되었다. 그 결과 FTA 발효 후의 전자 및 가전 제품 가격이 FTA 체결 전의 전자 및 가전제품의 가격에 대한 인하 수준보다 약간 높게 나타났다. 이는 FTA 발효로 국내소비자들이 EU 전자 및 가전제품의 가격이 인하되어 만족되었다는 결론을 얻을 수 있다. 그런데 FTA 체결전후 제품가격에 대한 분석에서 차이에 대한 유의성은 있으나, 전자 및 가전제품 가격에 대해 소비자들이 만족스럽게 인하되었다고 생각하지 않는다는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 9〉 전자 및 가전 제품가격 쌍표본 T-Test

대응 1	대응차					t	자유도	유의확률 (양쪽)
	평균	표준편차	평균의 표준오차	차이의95% 신뢰구간				
				하한	상한			
발효 후 가격 - 발효 전 가격	0.106007	1.212845	0.072096	-0.03591	0.247922	1.470357	282	0.000
FTA 발효 전후, 전자 및 가전제품 쌍표본 통계								
발효 후	3.427562	0.91726	0.054525					
발효 전	3.321555	0.693788	0.041241					

### 3) 주류(와인, 위스키) 제품 가격 차이

국내소비자들이 EU산 주류제품을 구매할 경우 FTA 발효 전과 FTA 발효 후 주류 제품의 가격에 대한 차이에 대해 대응표본 T-검증분석을 통하여 증명하였다. T값은 두 변수간의 평균의 차이를 평균의 오차로 나눈 값이다. 즉, 자유도에서 282(283-1)에서 T값 3.582255를 양쪽 검증한 결과 유의확률 값이 0.000으로써 유의수준 0.05보다 작으므로 두 변수간의 평균이 동일하다는 귀무가설은 기각된다. 따라서 FTA 발효 전후, 주류제품의 가격간에는 유의한 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 “한·EU FTA 발효 전후 EU 주류 가격이 차이가 있을 것이다”의 가설은 채택되었다. 그 결과 FTA 발효 후의 주류 제품 가격이 FTA 체결 전의 주류제품의 가격에 대한 인하 수준보다 약간 높게 나타났다. 이는 FTA 발효로 국내소비자들이 주류제품의 가격이 인하되어 만족되었다는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 10〉 주류(와인, 위스키) 제품 가격 쌍표본 T-Test

대응 1	대응차					t	자유도	유의확률 (양쪽)
	평균	표준편차	평균의 표준오차	차이의95% 신뢰구간				
				하한	상한			
발효 후 가격 - 발효 전 가격	0.45583	2.140622	0.127247	0.205356	0.706304	3.582255	282	0.000
FTA 발효 전후, 주류(와인, 위스키) 가격 쌍표본 통계								
발효 후	3.915194	1.051788	0.062522					
발효 전	3.459364	1.740509	0.103463					

**4) 주방용품 가격 차이**

국내소비자들이 EU산 주류제품을 구매할 경우 FTA 발효 전과 FTA 발효 후 주방용품 가격에 대한 차이에 대해 대응표본 T-검증분석을 통하여 증명하였다. T값은 두 변수간의 평균의 차이를 평균의 오차로 나눈 값이다. 즉, 자유도에서 282(283-1)에서 T값 4.520321를 양쪽 검증한 결과 유의확률 값이 0.000으로써 유의수준 0.05보다 작으므로 두 변수간의 평균이 동일하다는 귀무가설은 기각된다. 따라서 FTA 발효 전후, 주방제품의 가격간에는 유의한 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 “한·EU FTA 발효 전후 EU 주방용품 가격이 차이가 있을 것이다”의 가설은 채택되었다. 그 결과 FTA 발효 후의 주방용품 가격이 FTA 체결 전의 주방용품의 가격에 대한 인하 수준보다 약간 높게 나타났다. 이는 FTA 발효로 국내소비자들이 EU 주방용품의 가격이 인하되어 만족되었다는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 11〉 주방용품 가격 쌍표본 T-Test

대응 1	대응차					t	자유도	유의확률 (양쪽)
	평균	표준편차	평균의 표준오차	차이의95% 신뢰구간 하한      상한				
발효 후 가격 - 발효 전 가격	0.339223	1.262434	0.075044	0.191505	0.48694	4.520321	282	0.000
FTA 발효 전후, 주방용품 쌍표본 통계								
발효 후	3.625442	1.031931	0.061342					
발효 전	3.286219	0.66262	0.039389					

**5) 주스(음료) 가격 차이**

국내소비자들이 EU산 주류제품을 구매할 경우 FTA 발효 전과 FTA 발효 후 주스(음료) 가격에 대한 차이에 대해 대응표본 T-검증분석을 통하여 증명하였다. T값은 두 변수간의 평균의 차이를 평균의 오차로 나눈 값이다. 즉, 자유도에서 282(283-1)에서 T값 5.170328를 양쪽 검증한 결과 유의확률 값이 0.000으로써 유의수준 0.05보다 작으므로 두 변수간의 평균이 동일하다는 귀무가설은 기각된다. 따라서 FTA 발효 전후, 주스(음료)의 가격간에는 유의한 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 “한·EU FTA 발효 전후 EU 주스(음료) 가격이 차이가 있을 것이다”의 가설은 채택



되었다. 그 결과 FTA 발효 후의 주스(음료) 가격이 FTA 체결 전의 주스(음료)의 가격에 대한 인하 수준보다 약간 높게 나타났다. 이는 FTA 발효로 국내소비자들이 EU 주스(음료) 가격이 인하되어 만족되었다는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 12〉 주스(음료) 가격 쌍표본 T-Test

대응 1	대응차					t	자유도	유의확률 (양쪽)
	평균	표준편차	평균의 표준오차	차이의95% 신뢰구간 하한 상한				
발효 후 가격 - 발효 전 가격	0.381625	1.241688	0.073811	0.236336	0.526915	5.170328	282	0.000
FTA 발효 전후, 주스(음료)가격 쌍표본 통계								
발효 후	3.526502	1.032368	0.061368					
발효 전	3.144876	0.741524	0.044079					

##### 5) 의류·패션제품 가격 차이

국내소비자들이 EU산 주류제품을 구매할 경우 FTA 발효 전과 FTA 발효 후 의류·패션 제품 가격에 대한 차이에 대해 대응표본 T-검증분석을 통하여 증명하였다. T값은 두 변수간의 평균의 차이를 평균의 오차로 나눈 값이다. 즉, 자유도에서 282(283-1)에서 T값 -7.55857를 양쪽 검증한 결과 유의확률 값이 0.000으로써 유의수준 0.05보다 작으므로 두 변수간의 평균이 동일하다는 귀무가설은 기각된다. 따라서 FTA 발효 전후, 의류·패션 제품의 가격간에는 유의한 차이가 있는 것으로 해석할 수 있다.

따라서 “한·EU FTA 발효 전후 EU 의류·패션 제품 가격이 차이가 있을 것이다”의 가설은 채택되었다. 그러나 분석결과 FTA 발효 후의 의류·패션 제품 가격이 FTA 체결 전의 의류·패션 제품 가격보다 더 가격측면에서 만족도가 떨어지고 있음을 알 수 있다. 다시 말하면 의류·패션제품은 FTA 발효되었다고 해서 국내소비자 가격에는 영향을 주고 있지 못하다는 결론을 얻을 수 있다.

〈표 13〉 의류·패션제품 가격 쌍표본 T-Test

대응 1	대응차					t	자유도	유의확률 (양쪽)
	평균	표준편차	평균의 표준오차	차이의95% 신뢰구간				
				하한	상한			
발효 후 가격 - 발효 전 가격	-0.51237	1.140341	0.067786	-0.6458	-0.37894	-7.55857	282	0.000
FTA 발효 전후, 의류·패션제품 가격 쌍표본 통계								
발효 후	2.667845	0.931668	0.055382					
발효 전	3.180212	0.673219	0.040019					

## IV. 결론

FTA 체결은 한국교역에 많은 영향을 미치고 있다. 즉, 양허품목의 관세인하로 제품가격의 인하효과로 수출이 증가하고 수출 또한 증가하는 현상이 발생하고 아울러 협상국과의 경제적 교류뿐만 아니라 정치, 외교적인 측면까지 발전하고 있는 효과를 보이고 있다. 또한 EU는 28개국가가 가입되어 있는 대규모의 국가연합이라고 할 수 있다. EU는 대규모의 인구나 앞서가는 기술선진국이기 때문에 수출증가로 국제수지를 개선시키고, 좋은 제품을 낮은 가격으로 수입함으로써 소비자 후생을 증대시킬 수 있다.

정재호·이홍석(2010)의 선행 연구는 “한·미 FTA 및 한·EU FTA 발효 이후, 한국의 후생은 증가하며, 또한 관세 인하폭이 클수록 한국에 미치는 경제적 후생 또한 개선되는 것”으로 분석하고 있다. 이와 같은 선행연구와 마찬가지로 본 연구에서는 각 제품별 한·EU FTA 발효 전후, 가격인하에 따른 효과를 검증하고 있다.

본 연구결과 T-Test를 위한 요인들인 육류, 전자 및 가전제품, 주류(와인, 위스키), 주방용품, 주스(음료), 의류 및 패션 제품들 모두 가격변수들에 유의한 차이를 보이고 있다. 그러나 육류, 전자 및 가전제품, 주류(와인, 위스키), 주방용품, 주스(음료) 등의 제품은 FTA 체결 후에 체결 전보다 가격에 대해 정의 유의성을 보이고 있어, FTA 가격효과가 있는 것으로 분석되었다. 반면, 의류 및 패션제품은 FTA 체결 전 가격보다 FTA 체결 후 가격보다 역의 유의성을 보이고 있어서 FTA 체결이 제품가격에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

그리고 한·EU FTA 발효 후에 국내소비자의 EU제품에 대한 구매 특성에서 대체적으로 구

매장소는 할인마트에서 가장 많이 구매한다고 응답하였고, 그 다음으로 백화점, 인터넷 쇼핑몰, 편의점 및 동네슈퍼마켓, 식당 및 주점, 마지막으로 재래식 시장 순으로 구매한다고 하였다. EU산 구매제품으로 의외로 의류 및 패션제품, 육류, 주류(와인, 위스키), 전자 및 가전제품, 식품류 순으로 응답하였다.

EU 제품의 가격 결정자는 의외로 정부, 그 다음으로 수입업자, 국내유통업자, 국내판매상 마지막으로 수출업자가 응답하였다. 정부가 가격을 결정한다는 응답이 많은 이유는 대체적으로 FTA 체결 당사자가 정부가 주도하기 때문에 수입제품과 국내판매 가격을 정부가 결정한다는 의견을 보이고 있다. 한·EU FTA 발효 후, EU제품 구매이유는 제품가격, 제품품질, 디자인 및 외형, 편리성 및 실용성, 견고성 순으로 응답하였다.

한·EU FTA 발효에 따른 피해당사자로는 국내생산자, 국내소비자, 국내수입업자, 국내판매상, 정부 순으로 응답하였다. 그리고 피해산업으로는 농수축산물, 전자 및 가전제품, 자동차(부품)산업, 주방용품, 의류 및 패션산업, 주류의 순으로 응답하였다.

그러나 FTA 체결로 인한 관세인하로 국내 기업이 해외에서 경쟁력을 향상되는 경우가 있는 반면, 다른 기업은 수입이 증가하여 가격인하효과가 발생하여 피해를 보는 기업도 있다. 또한 소비자는 해외제품의 국내유입으로 관세인하분 만큼의 제품가격이 하락함으로써 소비자 후생이 증대되는 경우도 있지만 반대로 수입업자, 유통업자의 이익으로 전환되어 FTA 발효에 따른 소비자 후생의 효과를 보지 못하는 경우가 있다.

이와 같이 FTA는 긍정적, 부정적 효과가 있지만 궁극적으로 무역자유화로 협정국가간 상호 개방으로 교역이활성화 됨으로써 무역전환효과와 무역창출효과로 국내생산과 경제성장의 지속성을 유지할 수 있는 효과를 보이고 있다.

따라서 정부에서는 수입되는 제품의 가격변동에 대한 모니터링을 지속적으로 시행하여, 수입업자나 국내유통업자가 수입제품 가격을 임의적으로 조정할 수 없도록 감시해야 한다. 아울러 해외에서 수입되는 제품가격에 대해 해외시장동향을 파악하여 수출업자가 가격을 조정할 수 없도록 해야 한다. 아울러 수입업자가 수입가격을 조정하여 관세인하분 만큼의 부당이익을 취득할 수 없도록 수입제품 가격의 감시를 해야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 공정거래위원회, 2012.6.21.(목)보도자료
- 대외경제정책연구원 등, “한·EU FTA의 경제적 효과분석”, 2010.10.6, p.17.
- 대한상공회의소, 「주요수입상품의 경쟁력 실태조사」, 1996.10.
- 문한필·이현근·박한울(2013), “한·미 FTA 오렌지 관세인하가 국내 주요 과일가격에 미치는 영향분석”, 산업경제연구 제54권 제1호, 2013, pp.15-38
- 신동천(1999), 규모의 경제와 관세인하 효과: 쿠르노-알라스 CGE모형을 이용한 분석, 국제경제연구, 제5권 제1호, 1999, pp.19-41.
- 신범철(2010), “한·EU FTA의 거시경제적 효과 비교·분석: CGE 시뮬레이션 결과의 비교판적 검토,” 유라시아연구, 제7권 제1호, 2010, pp.125-150.
- 안병일·임정빈(2011), FTA가 농업부문에 미친 영향 사후 평가, (사)한국농업경제학회 동계학술발표대회 및 정기총회
- 이제홍(2011), “한·칠레 FTA 체결 후 칠레제품 평가에 관한 실증적 연구,” 통상정보연구, 제13권 제2호, 한국통상정보학회, 2011, pp.97-118.
- 이제홍·이청호(2013), FTA 체결에 따른 소비자후생수준에 관한 조사연구: 광주, 전남을 중심으로, 무역연구 제9권 제2호, 한국무역연구원, 2013, pp.477-495.
- 田村 善弘·이병오(2005), 한·칠레 FTA 이후 농산물 무역의 동향, 강원대학교 농업과학연구소 논문집, 농업과학연구 제16집, pp.63-77.
- 정재호·이홍식, FTA 확대에 대한 관세율 체계 변화 연구, 한국조세연구원, 2010, pp.1-135
- 조경엽·송원근(2009), FTA의 경제적 효과 분석을 위한 KERI-CGE 모형개발 연구, 한국국제경제연구원 연구보고서, 2009.
- 한국무역협회 국제무역연구원, EU 경제회복조짐, 대EU 수출진단, Trade Focus, Vol.12 No.46, p.13.
- 한국소비자원 보도자료, 2012.8.10
- 한충민, “소비자들이 왜 수입제품을 선호하는가?”, 마케팅, 1997.5, p.13-16.
- Baier, L. and H. Bergstradn(2007, “Do free trade agreements actually increase members’ international trade?” Journal of International Economics, 71(1), 2007, pp.72-95.
- Bolton, I. E., Warlop, I., and Alba, J. W.(2003), Consumer perception of price (un)fairness, Journal of Consumer Research, 29(March), pp.474-491.

- Cernat, L.(2001), "Assessing Regional Trade Arrangements : Are South-South RTAs More Trade Diverting?" Study Series, 16 International Trade and Commodities, UNCTAD, 2001.
- Frankel, J.(1997), *Regional Trading Blocs in the World Economic System*, Peterson Institute for International Economics, 1997.
- Lejour. A. M. R. de Moolj and R. Nahuis(2001), "EU enlargement: Economic implications for countries and industries." CPU Document No. 011, Mague. 2001.
- Magee, C. 2008, "New Measures of Trade Creation and Trade Diversion," *Journal of International Economics*, 75, 2008, pp.349-362.
- Plummer, M., D. Cheong and S. Hamanaka(2010), *Methodology For Impact Assessment of Free Trade Agreements*, Asia Development Bank, 2010.
- Primo. B., C. Alberto. R. Safadi and A. Yeats,(1994), *Implications of NAFTA for East Asia Exports*, The World Bank, 1994.
- Smith, A. and A.J. Venables(1988), "Completing the internal market in the European Community: Some industry simulation." *European Economic Review*, 32, pp.1501-1525.
- Viner, J.(1950), *The Customs Union Issue*, New York: Carnegie Endowment for Peace, 1950.
- <http://www.ftahub.go.kr/kr/situation/fta/01/>

---

**ABSTRACT****A Paired Samples Test on EU Product Price Level of Korean Consumer for Before and After Korea-EU FTA Effectuation**

Je-Hong Lee\*

The Korea-EU FTA will provide Korea with a significant advantage in the region both international trade and consumer welfare. Under the Korea-EU FTA, increasing of bilateral trade in consumer and industrial products would become duty and most remaining tariffs would be eliminated. This article studies on EU product price level of Korean consumer for before and after Korea-EU FTA effectuation. The questionnaires are sent 1,000 samples and 780 returns, 283 of them are analyzed for a this study.

This paper has three main parts, A Paired Samples Test result shows that the EU goods price level are positively affected by Flesh-meat, Electronic device & Electric home appliances, Kitchen utensils, Fruit juice(beverage), alcoholic liquors(wine, whisky), Clothes & Fashion. However, The Clothes & Fashion does not affect in EU goods price level. the Clothes & Fashion positively affected price differential more FTA effectuation before than FTA effectuation after.

**key Words** : Korea-EU FTA, International trade, Consumer welfare, EU product, FTA effectuation, Price differential

---

\* Professor at Department of International Trade, Chosun University