

안전성향에 따른 소비자 유형 분류와 식품정책 요구의 차이분석

Classification of consumer type according to the tendency toward safety and analysis of differences in the demands for food policies

Hyun Jung Yoo*

Department of Consumer Studies, Chungbuk National University, 52 Naesudong-ro, Heungduk-gu, Cheongju, Korea

Abstract

For the food safety policies to be effective and to increase customer satisfaction level, it is necessary to understand various consumer types, analyze their demands for policies, and find methods to meet those demands. This study classifies consumer groups using the data obtained through the survey of adults' food consumption types conducted in 2014, evaluates the food purchase environment of each group, and analyzes the experience of food safety education and promotion, proper timing of education, importance of food control authority, and the differences in the awareness of food safety policies. The findings of this study are as follows. First, the mean safe behavior($m=3.14$) of Korean food consumers was lower than their mean risk perception($m=3.38$), and Korean food consumers were classified into four groups of indifferent group(24.1%), contrasting group(26.0%), self-abandoned group(21.3%), and group responding to risk(28.6%) according to the perception of risk and the level of safety behavior. Second, safety levels of imported food and domestic food were compared and the safety level of imported food was lower than that of domestic food in all groups. Third, the group with higher level of safe behavior was more aware of food safety systems than the group with lower level of safe behavior. Fourth, the higher the awareness of food safety system, the higher the willingness to pay more for safer food environment, thus, it can be said that the

* Tel. +82-43-261-2728. E-mail. yoohj@chungbuk.ac.kr

Submission & Publication Process

Received: Dec. 17, 2014 / Revised: Jan. 8, 2015 / Accepted: Jan. 17, 2015

higher the knowledge of food systems, the stronger the will to improve food environment. Fifth, regardless of consumer type, all consumers strongly demanded guarantee of food safety, education and promotion related to food, and penalty for those engaged in illegal business activities and all consumers had the opinion that consumer safety education and promotion needs provided to children in their elementary or middle school years.

Key words: tendency toward safety, food safety, consumer policy, perceived risk, the survey of adults' food consumption types conducted in 2014

국문초록

식품안전정책이 효과적으로 수행되고 소비자의 만족도를 높여줄 수 있기 위해서는 다양한 소비자유형을 이해하고 각각의 소비자집단에서 중요하게 생각하는 정책요구가 무엇인지를 분석해 그에 걸맞은 방안을 모색하는 것이 필요하다. 이에 본 연구에서는 한국농촌경제연구원의 2014 식품 소비 행태 조사자료 성인편 데이터를 이용하여, 소비자들의 집단을 유형화하고 각 집단별 식품구매 환경평가, 식품안전교육홍보 경험 및 적정 교육시기, 식품관리주체의 중요도 및 주요 식품안전정책에 대한 인식의 차이를 분석하였다. 주요 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 우리나라 식품소비자들은 위험지각($m=3.38$)에 비해 안전행동($m=3.14$)의 평균이 낮게 나타났으며, 위험지각과 안전행동의 수준에 따라 무관심집단(24.1%), 대비집단(26.0%), 자포자기집단(21.3%), 위험반응집단(28.6%)의 네 집단으로 소비자유형이 구분되었다. 둘째, 수입산과 국내산 식품안전도 평균 비교해 본 결과, 모든 집단에서 수입산 식품의 안전도가 국내산 식품의 안전도보다 낮은 것으로 나타났다. 셋째, 안전행동 수준이 높은 집단의 식품안전 제도 인지도가 안전행동 수준이 낮은 집단보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 넷째, 식품제도인식이 높을수록 안전한 식품환경을 위한 소비자의 비용지불의사가 높게 나타나, 식품제도에 대한 지식이 높을수록 식품환경에 대한 개선의지가 높은 것으로 파악할 수 있다. 다섯째, 소비자 유형과 상관없이 식품안전보장, 식품관련 교육과 홍보, 부당사업자 처벌단속에 대한 요구가 높게 나타났고, 초등학교나 중학교 시기부터 소비자안전교육 및 홍보가 필요하다는 의견을 나타냈다.

주제어: 안전성향, 식품안전, 소비자정책, 위험지각, 한국농촌경제연구원 식품 소비 행태 조사자료

1. 서론

최근 안전사회에 대한 요구 및 관심이 증가되면서 식품안전에 대한 관심도 급증하고 있다. 관심의 증가는 요구수준의 상향과 함께 상대적으로 현 실태에 대한 부정적 평가를 동반하게 되므로, 안전에 대한 소비자관심이 증가한다는 것은 곧 안전에 대한 불만도 함께 증가됨을 의미한다. 최근 3년간 한국소비자원의 소비자위해감시시스템(CISS)에 수집된 총 34개 품목의 위해사고 중에 식료품 및 기호품은 전체 위해 비율 중 최고 23.2%~11.2%의 분포를 나타내고 있고 34개 품목 중에서 위해발생건수가 가장 많은 것으로 나타났다. 식품은 소비자가 직접 섭취하는 것으로 건강 및 생명에 직결된다고 생각하기 때문에 다른 어떤 영역보다 민감한 반응을 보인다(Sandman, 1987). 식품안전문제가 이슈화 되었

을 때는 큰 사회적 파장을 가지고 온다. 단적으로 광우병 사태는 촛불시위로 이어졌고 멜라민 분유 파동은 중국산 식품의 수입을 거부하여 통상마찰까지 가져오기도 하였다.

그런데 식품안전문제에 대해서 소비자들이 모두 동일하게 반응하는 것은 아니다. 소비자들이 위협을 지각하는 수준이 높을수록 안전행동 또한 높아지게 되는데(송유진·유현정, 2008), 일부 소비자의 불안감이 어느 한계선을 넘어서면 소비자들은 위협을 통제하려하기보다는 외면하려 하는 등(윤은주·서선희, 2012) 다양한 안전성향을 보이게 된다.

소비자의 안전한 식생활 및 식품소비를 위해서는 정부가 안전한 식품의 생산과 유통의 과정을 관리 감독하는 것도 중요하지만, 소비자 스스로 안전하게 식품을 선택, 소비할 수 있도록 하는 것 또한 필요하다. 또한 이 과정에서 정부나 기업에서 제공하는 정보 및 표시 등을 얼마나 신뢰하느냐 하는 점도 매우 중요하다. 소비자들은 동일한 객관적 사실에 대해서도 서로 다른 인식과 해석의 과정을 거쳐 매우 다른 반응을 보일 수 있기 때문이다.

따라서 식품안전정책이 효과적으로 수행되고 소비자의 만족도를 높여줄 수 있기 위해서는 다양한 소비자유형을 이해하고 각각의 소비자집단에서 중요하게 생각하는 정책요구가 무엇인지를 분석해 그에 걸맞는 방안을 모색하는 것이 필요하다. 이에 본 연구에서는 위험지각과 안전행동을 주요 변수로 하여 소비자들의 집단을 유형화하고 각 집단의 특성과 차이를 살펴봄으로써 소비자 유형별로 효과적인 정책 지원의 방향을 모색해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 안전성향에 따른 소비자유형화의 개념적 토대

공중의 관계(public relation)는 특성이 비슷한 그룹으로 구분하는 것에서 시작된다(Gruning and Repper, 1992). 따라서 국가나 단체 등 어떠한 조직은 각각의 유형화된 대상에 따라 서로 다른 소통방식과 맞춤형 메시지를 제공해야 한다(Berkowis & Turnnir, 1994; Garnett, 1992; Gruning & Repper, 1992). 이러한 집단의 유형화 즉 공중의 구분은 어떤 조직이 전략적으로 어떠한 이슈에 대응할 수 있고 효과적으로 그 문제와 공중과의 관계를 관리하는데 주요한 역할을 한다(Hong, *et. al.*, 2012). 따라서 일반 대중의 어떠한 성향에 따라 유형화하고 유형화된 집단의 특성을 알아봄으로써 많은 정책적 시사점을 도출할 수 있다.

위험인식과 정보추구사이의 관계를 밝힌 RPA framework(Witte, 1992, 1994)에는 소비자의 지각된 위협과 효능감에 따라 소비자를 유형화하고 그 특성을 분석하였다. Witte는 지각된 위협을 수준이 좋은 집단과 낮은 집단으로 구분하고, 자기효능감 또한 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여 민감반응태도집단과 회피태도집단/불안집단, 대비태도집단, 무관심 태도 집단으로 총 4가지로 소비자를 유형화 하였다.

<표 1> RPA framework의 소비자유형화

| 구분 | | 효능감 | |
|--------|------|---|--|
| | | high | low |
| 지각된 위험 | high | responsive attitude group (민감반응 태도 집단) | avoidance attitude group (회피태도 집단) / 불안집단(anxious group) |
| | low | proactive attitude group (대비 태도 집단) | indifferent attitude group (무관심 태도 집단) |

※ 자료: Rimal & Real(2003)의 논문내용을 저자가 재정리.

본 연구는 식품에 대한 안전성향에 따라 소비자를 구분하기 위하여 Witte(1992)의 RPA framework에서 적용한 소비자 유형화를 수정하여 적용하였다.

2. 식품소비자의 위험지각 및 안전추구행동

식품안전에 대한 소비자의 인식에 대한 연구는 2000년 이후 건강에 대한 소비자들의 관심이 증대되고 식품안전사고와 국제화 또는 대규모화 되면서 다양하게 이루어져 왔다. Sandman(1987)은 위험을 위해(hazard)에 심리요인(outrage)이 더해진 개념으로 으로 보았다. 즉 위험은 객관적인 객체인 위해에 소비자의 주관적 심리요인이 더해진 개념이라 할 수 있다. Sandman의 위험의 개념을 소비자의 위험인식에 적용하여 식품안전에 대한 소비자의 인식은 식품의 위해요인에 소비자의 심리적 평가가 더해진 개념이라 볼 수 있다. 즉, 식품위험인식이 식품안전에 대한 사회적 인식으로 개인 소비자들이 주관적 인식에서 비롯된다(유현정 · 주소현, 2013).

소비자는 현실적으로 위험이 존재한다 하더라도 소비자가 그 위험을 주관적으로 지각할 때 소비자는 그 위험을 문제로 인식하게 된다. 이러한 위험의 지각은 소비자의 안전의식을 통하여 안전행동에 영향을 미치게 된다(송유진 · 유현정, 2008). 여기서 안전행동이란 소비자들이 위해한 상품이나 서비스로부터 스스로를 보호하기 위해 취하는 행동이며(이지은 · 이기춘, 1992) 소비자가 안전을 의식적으로 반영하는 행동이므로 위해사고나 사고발생을 사전에 방지하기 위한 행동이다(김성숙 · 이기춘, 1998).

3. 식품안전정책의 현황

2013년 대통령인수위원회 2차 정부조직개편안 발표로 보건복지부, 농림수산물식품부 등에서 산재해있던 식품안전기능이 식약처로 이관되면서 식약처는 빈번하게 발생하는 식·의약품 안전사고에 선제적으로 대응하고 국민 먹거리에 대한 안전을 책임지는 컨트롤타워로서의 역할을 수행하게 되면서 국내에서 일어나는 모든 식품 안전에 관한 문제는 식약처로 일원화되었다(파이낸셜뉴스, 2013. 1. 22).

식약처 내에서 시행하고 있는 소비자의 정책을 살펴보면 <표 2>와 같이 생산자 및 판매자에 대한

감시, 생산자 교육 및 홍보, 소비자 교육 및 홍보 활동으로 구분할 수 있으며, 각 정책들이 단기적 또는 일회성에 그치고 있다. 그러나 이러한 교육 및 홍보는 그 효과 제한 적이며 실효성을 얻기 힘들어 최근 식약처에서 소비자단체와 협력하여 정기적인 집합식 교육을 시도하고 있다.

그러나 이러한 교육은 참여도의 제한점, 교육의 전문성 등에서 많은 제약을 가지고 있는 것이 현실이다. 국민들은 일생을 거쳐 소비자로 살아가면서 지속적인 소비자교육을 필요로 하나, 소비생활의 영역이 너무나 방대하고 다양한 영역과 서로 다른 특성을 가지고 있어 각기 소비자정책에 대한 평가와 소비자요구도 다양하게 나타날 수밖에 없다.

<표 2> 식약처내 소비자정책

| 분야 | 과제 | 대상 | 담당부서 |
|----------|----------------------------------|-----------|-------------|
| 감시 | 생활밀착형 의료기기 수거 및 검사 | 생산/판매자 | 의료기기관리과 |
| | 시민감시단을 활용한 불량식품 기획 감시 | 생산/판매자 | 불량식품근절 추진단 |
| | 식품의약품안전모니터단 운영 | 생산/판매자 | 소비자위해예방 정책과 |
| | 축산물 위생감시 투명성 확대 | 생산/판매자 | 축산물위생안전과 |
| | 국민 참여 확대를 통한 인터넷 불법유통 모니터링 | 생산/판매자 | 의약품관리총괄과 |
| | 의약품 부작용 신고 활성화 | 생산/판매자 | 의약품관리총괄과 |
| 감시/교육/홍보 | 소비자의 선택권을 위한 음식점 위생등급제 도입 추진 | 소비/생산/판매자 | 식중독예방과 |
| | 인터넷 불법유통 모니터링 | 생산/판매자 | 식품관리총괄과 |
| | 소비자 위생 점검 참여제 활성화 | 생산/판매자 | 식품소비안전과 |
| | 표시기준 개선 연구, 교육 및 홍보 | 소비/생산/판매자 | 식품소비안전과 |
| 정보전달 | 국내외 식품 위해 정보 제공 체계 확대 | 소비/생산/판매자 | 위해정보과 |
| | 통합식품안전정보망 구축 및 고도화 사업 추진 | 소비/생산/판매자 | 위해정보과 |
| | 수요자 중심 영양정보 제공 기반 구축 | 소비자 | 영양안전정책과 |
| 교육 | 방사능 안전관리 정보 제공 및 교육 | 소비/생산/판매자 | 수입식품정책과 |
| | 식품첨가물 인식제고를 위한 중장기 계획 수립 및 운용 | 소비자 | 첨가물기준과 |
| | 불량식품근절을위한생산자·소비자교육 | 소비자 | 불량식품근절 추진단 |
| 교육/홍보 | 건강한 주류 소비를 위한 교육 및 홍보 | 소비자 | 주류안전관리 기획단 |
| | 기준 규격 관련 교육 및 홍보 | 소비/생산/판매자 | 식품기준과 |
| | 식품첨가물 바르게 알기 위한 교육 및 홍보 | 소비자 | 첨가물기준과 |
| | GMO 안전성 인식 변화를 위한 맞춤형 교육 및 홍보 | 소비자 | 신소재식품과 |
| | 소비자의 안전한 식품 선택을 위한 HACCP 교육 및 홍보 | 소비자 | 식품소비안전과 |
| | 식품이력추적제도 교육 및 홍보 | 소비자 | 식품소비안전과 |

<표 2> 식약처내 소비자정책(계속)

| 분야 | 과제 | 대상 | 담당부서 |
|----|---------------------------------|-----------|------------|
| 홍보 | 저염식 확대를 위한 소비자 홍보 및 참여 확대 | 소비자 | 영양안전정책과 |
| | 만성질환 예방을 위한 당류 섭취 저감화 운동 | 소비자 | 영양안전정책과 |
| | 식의약품 안전에 대한 대국민 소통강화 전략 마련 및 시행 | 소비자 | 소통협력과 |
| | 체계적인 위해소통 네트워크 구축 및 운영 활성화 | 소비자 | 소통협력과 |
| | 불량식품 안 사먹기' 등 안전 먹을 거리 문화 운동 전개 | 소비자 | 불량식품근절 추진단 |
| | 어린이 급식관리지원 센터 운영 지원 및 홍보 강화 | 소비자 | 식생활 안전과 |
| | 식중독 발생 특성을 고려한 맞춤형 홍보 | 소비자 | 식중독예방과 |
| | 마약류 위해성에 대한 적극적 홍보 | 소비자 | 마약정책과 |
| | 사전에측 수입식품검사 시스템 운용 홍보 | 소비/생산/판매자 | 수입식품정책과 |
| | 주류산업협회와 함께 빈병에 이물넣지 않기 캠페인 추진 | 소비자 | 주류안전관리 기획단 |
| | 위해식품 판매 차단 시스템 홍보 | 소비/생산/판매자 | 식품관리총괄과 |

※ 자료: 식약처(2014).

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

[연구문제 1] 소비자의 위험지각과 안전추구행동 수준에 따라 소비자유형을 분류한다.

[연구문제 2] 소비자유형에 따른 차이를 알아본다.

[2-1] 식품구매 환경평가 차이분석

[2-2] 식품안전교육·홍보 경험 및 걱정 교육시기 차이분석

[2-3] 식품관리주체의 중요도 및 주요 식품안전정책 차이분석

2. 척도

본 연구에서는 한국농촌경제연구원의 2014 식품 소비 행태 조사자료 성인편 중 식품에 대한 관심

도, 식품안전도, 식품위해우려도, 식품관리주체의 중요도, 비용지불의사, 표시만족도, 표시신뢰도, 식품 관련 제도인지, 식품관련 표시인지도, 안전교육경험, 안전교육시기, 주요소비자정책 등의 척도를 추출하여 분석에 활용 하였으며 척도의 신뢰도를 알아보기 위하여 명목척도와 문항수가 2개 이하인 척도를 제외하고 Cronbach's α 신뢰도 계수를 살펴보았다. 분석 결과 신뢰도 계수가 모두 0.8 이상으로 나타나 척도의 신뢰도가 확보되었다고 판단하였다(<표 3> 참조).

<표 3> 척도구성

| 척도 | 문항수 | Cronbach's α | 척도 | 문항수 | Cronbach's α |
|----------|-----|---------------------|-----------|-----|---------------------|
| 식품관심도 | 3 | .803 | 표시만족도 | 1 | - |
| 안전성평가 | 1 | - | 표시신뢰도 | 1 | - |
| 수입산식품안전도 | 12 | .916 | 식품제도인지도 | 9 | .868 |
| 국내산식품안전도 | 7 | .868 | 식품교육경험 | 3 | - |
| 식품위해우려도 | 12 | .931 | 식품교육적적시기 | 1 | - |
| 청과물표시확인 | 17 | - | 식품관리주체중요도 | 8 | .900 |
| 육류표시확인 | 17 | - | 주요식품정책분야 | 3 | - |

3. 분석자료 및 인구통계학적 특성

본 연구는 한국농촌경제연구원이 실시한 2014 식품 소비 행태 조사자료를 활용하여 소비자의 유형별 위험지각과 식품안전행동의 특성을 알아보았다. 조사자료는 식재료주구매자, 성인소비자, 청소년소비를 대상으로 자료가 조사되었으나 각각의 척도에 차이가 있어 본 연구에서는 식품안전지각과 인지, 평가, 만족에 대한 조사가 이루어진 성인소비를 대상으로 한 자료를 활용하였으며 분석에 활용된 데이터의 수는 6,311개이다.

분석한 자료의 인구통계학적 특성은 <표 4>와 같다. 성별은 남성이 44.2%, 여성이 55.8%로 여성이 다소 많았으며, 연령은 40대가 27.5%로 가장 많았고 다음으로 50대가 21.0%로 나타났다. 소득은 주부/미취업자와 취업자를 구분하여 조사하였으며 주부가 27.0%로 가장 많았고 취업자들 중 소득은 100만원 이상 200만원 미만인 22.5%로 가장 많았으며 다음으로 200만원 이상 300만원 미만인 16.3%로 나타났다. 지역은 서울/인천/경기지역이 34.6%로 가장 많았으며, 다음으로 부산/울산/대구/경상 지역이 27.1%로 많은 것으로 나타났다.

<표 4> 조사대상자의 인구통계학적 특성

| 구분 | | 빈도 | 백분율 | 구분 | 빈도 | 백분율 | |
|--------|-------------|------|-------|-------------|-------|----------|------|
| 전체 | | 6311 | 100.0 | | | | |
| 성 별 | 남성 | 2789 | 44.2 | 연령 | 20대 | 675 | 10.7 |
| | 여성 | 3522 | 55.8 | | 30대 | 1109 | 17.6 |
| | | | | | 40대 | 1735 | 27.5 |
| 소득 | 100만원미만 | 939 | 14.9 | | 50대 | 1328 | 21.0 |
| | 100 ~ 199만원 | 1422 | 22.5 | | 60대 | 943 | 14.9 |
| | 200 ~ 299만원 | 1030 | 16.3 | | 70대이상 | 521 | 8.3 |
| | 300 ~ 399만원 | 671 | 10.6 | | 지역 | 서울/인천/경기 | 2182 |
| | 400 ~ 499만원 | 269 | 4.3 | 대전/충청 | | 933 | 14.8 |
| | 500만원 이상 | 267 | 4.2 | 부산/울산/대구/경상 | | 1711 | 27.1 |
| | 주부/미취업 | 1705 | 27.0 | 광주/전라 | | 928 | 14.7 |
| | 모름/기타 | 8 | .1 | 강원/제주 | | 557 | 8.8 |

IV. 연구결과

1. 소비자유형화

1) 소비자유형분류 방법

본 연구에서는 소비자의 위험지각과 안전행동의 수준에 따라 소비자를 4가지 유형으로 분류하였다. 다만, 2차 데이터를 활용하여 잠재변수를 측정하는 문항의 완성도에 한계가 있었다. 또한 많은 응답자가 보통수준에 밀집되어 있었으나 응답자를 위험지각과 안전행동의 수준에 따라 이분화하기 위하여 각각의 산출한 값의 중위수를 기준으로 집단을 구분하였으며, 무응답이나 모르겠다고 응답한 경우는 결측치로 변환하였다.

먼저 위험지각수준이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하기 위하여 위험지각을 안전성 평가와 식품위해우려도로 구성하였으며 이때 위험에 대한 지각수준은 안전성평가와 역행하므로 안전성 평가를 역코딩하여 '위험평가'의 개념으로 적용하였다. 또한 식품위해우려도는 총 12개 문항으로 구성되었으며, '매우 우려된다'가 1점, '전혀 우려되지 않는다'가 5점으로 코딩되어 있어 역코딩한 후 12개 문항의 평균을 산출하였다. 이후 위험성평가와 식품위해우려도의 평균을 위험지각으로 활용하였다.

다음으로 안전행동은 식품에 대한 관심도와 표시확인행동 척도를 소비자의 안전행동의 구성하였다. 관심도를 구성하는 3개의 문항의 평균을 산출한 하였다, 표시확인행동은 청과물표시확인 행동과 육류 표시확인 행동을 각각 0개-0점, 1개-1점, 2개-2점, 3개-3점, 4개-4점, 5개 이상-5점으로 환산 한 후 평

균하여 적용하였다.

마지막으로 각 척도의 중위수를 활용하여 위험지각과 안전행동의 수준이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하였으며 그 결과는 <표 5>와 같다.

2) 소비자의 위험지각 및 안전행동의 수준

소비자의 위험지각 및 안전행동의 수준은 다음의 <표 5>와 같다. 전반적으로 식품소비와 관련하여 소비자들이 지각하는 위험의 수준은 3.38로서 보통 이상으로 나타났다. 안전한 식생활을 위해 식재료가 국내산인지 유기농인지 인근지역에서 생산된 것인지 등에 대한 관심이나 각종 표시정보를 확인하는 등의 안전행동은 평균 3.14로서 위험을 인식하는 것에 비해서는 낮은 수준 보였다(<표 5> 참조)

<표 5> 소비자의 위험지각 및 안전행동의 수준

| 척도 | N | 평균 | 표준편차 | 구성변수 | 평균 | 표준편차 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 위험지각 | 5481 | 3.38 | .54 | 우려도 | 3.94 | .69 |
| | | | | 위험평가 | 2.79 | .74 |
| 안전행동 | 5481 | 3.14 | .90 | 관심도 | 3.32 | .68 |
| | | | | 표시확인 | 2.97 | 1.49 |

3) 안전성향에 따른 소비자집단 유형

소비자유형화 결과를 참고하여 각 집단의 특성을 고려하여 다음과 같이 명명하였다. 먼저 위험지각과 안전행동이 모두 낮은 집단은 식품환경이 안전하다고 판단하고 안전행동 역시 추구하지 않는 집단으로 ‘무관심집단’이라 명명하였다. 다음으로 위험지각의 수준은 낮으나 안전행동의 수준은 높은 집단은 식품환경이 안전하다고 인식하지만 안전행동을 준수하는 집단으로 ‘대비집단’이라 명명하였으며, 위험지각 수준이 높으나 안전행동 수준은 낮은 집단은 식품환경이 위험하다고 지각하고 있지만 그에 따른 안전행동을 취하지 않는 집단으로 ‘자포자기집단’이라 명명하였다. 마지막으로 위험지각과 안전행동이 모두 높은 집단은 식품환경에 위험하다고 판단하고 위험에 대한 자기보호의 반응으로 안전행동을 취하는 집단이라 할 수 있으므로 ‘위험반응집단’이라 명명하였다(<표 6>참조).

<표 6> 위험지각과 안전행동 수준에 따른 소비자유형화

| 구분 | | 안전행동 | | 전체 | Pearson χ^2 |
|------|--------|-------|------------|------------|------------------|
| | | 저 | 고 | | |
| 위험지각 | 저 (안전) | 빈도(%) | 1323(24.1) | 1423(26.0) | 2746(50.1) |
| | | 그룹명 | 무관심집단 | 대비집단 | - |
| | 고 (위험) | 빈도 | 1165(21.3) | 1570(28.6) | 2735(49.9) |
| | | 그룹명 | 자포자기집단 | 위험반응집단 | - |
| 전체 | | 빈도(%) | 2488(45.4) | 2993(54.6) | 5481(100.0) |

2. 소비자유형별 식품구매 환경평가 차이분석

본 연구에서는 식품구매 환경평가에 대한 소비자 유형별 특성을 알아보기 위해 일원배치분산분석(사후분석; Scheffe)과 교차분석을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1) 식품안전도

식품안전도는 곡류, 채소류, 과일류, 육류, 수산물, 가공식품, 임산물을 수입산과 국내산으로 나누어 질문하였으며 소비자유형별 식품안전도 수준의 차이를 분석해 보고자 “모르겠다 및 생각해본적 없다”는 응답을 결측치로 변환한 후, 수입산 식품안전도와 국내산 식품안전도 구성 문항의 평균을 산출 한 후에 소비자 유형별로 평균을 비교하였다(<표 7> 참조). 분석 결과, 위험지각이 낮은 무관심집단과 대비집단의 식품안전도 평균이 위험지각이 높은 자포자기집단과 위험반응집단 보다 높은 것으로 나타났다.

<표 7> 집단별 식품안전도 평균차이

| 척도 | 집단 | n | 평균 | 동일집단 | F-value |
|---------|--------|------|--------|------|------------|
| 수입산 안전도 | 무관심집단 | 1225 | 2.5192 | a | 101.214*** |
| | 대비집단 | 1376 | 2.4546 | b | |
| | 자포자기집단 | 1094 | 2.2553 | c | |
| | 위험반응집단 | 1493 | 2.2319 | c | |
| 국내산 안전도 | 무관심집단 | 1269 | 3.7575 | b | 132.971*** |
| | 대비집단 | 1358 | 3.8132 | a | |
| | 자포자기집단 | 1118 | 3.5551 | c | |
| | 위험반응집단 | 1476 | 3.5034 | c | |

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

각 집단내에서 수입산안전도와 국내산안전도의 평균에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 대응표본 t-test를 실시하였다. 그 결과는 <표 8>과 같이 모든 집단의 수입산 안전도 평균이 국내산 안전도 평균보다 낮은 것으로 나타났다.

<표 8> 집단 내 수입산-국내산 안전도 평균 차이분석

| 집단 | 척도 | 평균 | 표준편차 | 평균의 표준오차 | t-value |
|--------|--------|------|------|----------|------------|
| 무관심집단 | 수입산안전도 | 2.52 | .516 | .015 | -73.009*** |
| | 국내산안전도 | 3.76 | .429 | .013 | |
| 대비집단 | 수입산안전도 | 2.46 | .518 | .014 | -85.189*** |
| | 국내산안전도 | 3.81 | .409 | .011 | |
| 자포자기집단 | 수입산안전도 | 2.25 | .541 | .017 | -67.629*** |
| | 국내산안전도 | 3.56 | .576 | .018 | |
| 위험반응집단 | 수입산안전도 | 2.24 | .488 | .013 | -79.754*** |
| | 국내산안전도 | 3.50 | .507 | .014 | |

2) 표시만족도 및 표시신뢰도

식품표시에 대한 만족도와 신뢰도를 알아본 결과는 <표 9>와 같다. 대비집단이 만족도와 신뢰도가 가장 높았으며 다음으로는 무관심집단이 높은 것으로 나타났다. 반면 자포자기집단은 표시에 대한 만족도와 신뢰도가 모두 가장 낮게 나타났다.

<표 9> 표시만족도 및 표시신뢰도 평균차이

| 집단 | 만족도 | | | 신뢰도 | | |
|--------|------|------|------------|------|------|------------|
| | 평균 | 동일집단 | F-value | 평균 | 동일집단 | F-value |
| 무관심집단 | 3.29 | b | 133.496*** | 3.25 | b | 163.637*** |
| 대비집단 | 3.48 | a | | 3.45 | a | |
| 자포자기집단 | 3.06 | d | | 2.98 | d | |
| 위험반응집단 | 3.13 | c | | 3.07 | c | |

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

3) 식품안전제도의 소비자인지도

식품안전제도에 대한 소비자의 인식도는 3점 척도로 구성되어 있으며, ‘잘 알고 있다’가 1점, ‘모른다’가 3점으로 코딩되어 있어 역코딩을 실시하였다. 분석 결과는 <표 10>과 같다. 먼저, 원산지표시에 대한 소비자인지도가 모든 집단이 2점 이상으로 나타나 가장 높은 것으로 나타났으며, 전반적으로 안전행동 수준이 높은 대비집단과 위험반응집단의 인지도가 무관심집단과 자포자기집단에 비해 높은 것으로 나타났다. 그러나 제도 인지도가 높은 집단 역시 보통(2점)수준으로 나타나 제도에 대한 홍보와 교육이 필요할 것이라 판단된다.

<표 10> 식품안전제도의 소비자 인지도 평균차이(3점척도)

| 구분 | 집단 | 평균 | 동일 집단 | F-value |
|--------------|--------|--------|-------|------------|
| 전통식품 인증제 | 무관심집단 | 1.4044 | c | 80.525*** |
| | 대비집단 | 1.7280 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.4283 | c | |
| | 위험반응집단 | 1.6433 | b | |
| 가공식품 KS표시 | 무관심집단 | 1.8390 | c | 112.627*** |
| | 대비집단 | 2.2973 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.8455 | c | |
| | 위험반응집단 | 2.0936 | b | |
| HACCP | 무관심집단 | 1.4369 | d | 88.951*** |
| | 대비집단 | 1.8261 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.5356 | c | |
| | 위험반응집단 | 1.7280 | b | |
| 원산지 표시 | 무관심집단 | 2.3288 | b | 81.089*** |
| | 대비집단 | 2.6191 | a | |
| | 자포자기집단 | 2.3185 | b | |
| | 위험반응집단 | 2.5962 | a | |
| 유기농 인증 | 무관심집단 | 2.0113 | c | 128.457*** |
| | 대비집단 | 2.4223 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.9700 | c | |
| | 위험반응집단 | 2.3127 | b | |
| 지리적 표시 | 무관심집단 | 1.5820 | c | 151.966*** |
| | 대비집단 | 2.0878 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.6386 | c | |
| | 위험반응집단 | 1.9720 | b | |
| 생산이력 제도 | 무관심집단 | 1.6334 | b | 131.736*** |
| | 대비집단 | 1.8420 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.5322 | b | |
| | 위험반응집단 | 2.0452 | a | |
| GAP | 무관심집단 | 1.5034 | b | 82.977*** |
| | 대비집단 | 2.0492 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.6764 | b | |
| | 위험반응집단 | 1.7681 | a | |
| GMO | 무관심집단 | 1.4974 | c | 110.189*** |
| | 대비집단 | 1.9102 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.5502 | c | |
| | 위험반응집단 | 1.7695 | b | |
| 제도인지도 | 무관심집단 | 1.6930 | b | 214.825*** |
| | 대비집단 | 2.0522 | a | |
| | 자포자기집단 | 1.7217 | b | |
| | 위험반응집단 | 2.0268 | a | |

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

4) 안전식품에 대한 비용지불의사 및 비용지불 영향요인

안전한 식품을 위해 더 높은 가격을 지불할 의사가 있는 지에 대해 알아본 결과는 <표 11>과 같

다. 안전행동의 수준이 높은 대비집단과 위험반응집단의 비용지불의사가 안전행동수준이 낮은 무관심 집단과 자포자기집단에 비해 높은 것으로 나타났다.

<표 11> 비용지불의사 평균차이

| 집단 | n | 평균 | 동일집단 | F-value |
|--------|------|------|------|-----------|
| 무관심집단 | 1323 | 3.22 | b | 58.640*** |
| 대비집단 | 1423 | 3.50 | a | |
| 자포자기집단 | 1165 | 3.26 | b | |
| 위험반응집단 | 1570 | 3.51 | a | |

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

안전한 식품에 대한 소비자의 비용지불의사는 안전한 식품소비환경 조성에 대한 소비자의 바램과 의지를 가늠할 수 있는 중요한 변수이다. 따라서 본 연구에서는 소비자 유형별로 비용지불의사에 영향을 미치는 요인을 탐색해보았으며 소비자 유형별 영향요인에 차이가 있는 것으로 나타났다(<표 12>참조). 먼저 사회인구학적 변인은 무관심집단은 성별과 연령 모두 영향을 미치는 것으로 나타난 반면 대비집단은 모두 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 자포자기집단과 위험반응집단은 연령만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 표시만족과 신뢰만족 변수에서 표시만족은 모든 집단에서 통계적으로 유의미한 영향을 나타내지 않았으나 대비집단에서만 표시신뢰만족도가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위험평가와 식품위해우려도는 무관심집단에서만 통계적으로 유의한 영향이 나타났으며, 위험평가는 부적인 영향을, 식품위해우려도는 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 식품안전관심도는 대비집단을 제외하고 모두 영향을 미치는 것으로 나타났고, 표시확인행동은 자포자기집단을 제외하고는 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 식품안전제도 인지도는 모든 집단에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 12> 비용지불의사 영향요인

| 구분 | 무관심집단 | | 대비집단 | | 자포자기집단 | | 위험반응집단 | |
|--------------|-------|-----------|-------|----------|--------|----------|--------|----------|
| | β | t-value | β | t-value | β | t-value | β | t-value |
| (상수) | 1.883 | 7.254*** | 2.895 | 6.753*** | 2.467 | 7.429*** | 1.727 | 4.259*** |
| 성별 (여성=0) | .063 | 2.422* | .010 | .384 | .001 | .026 | .036 | 1.442 |
| 연령 | -.176 | -6.781*** | -.044 | -1.707 | -.079 | -2.651** | -.068 | -2.729** |
| 표시만족 | .058 | 1.470 | .025 | .642 | .021 | .526 | .002 | .074 |
| 표시신뢰 | -.011 | -.278 | .079 | 2.061* | -.006 | -.164 | .039 | 1.151 |
| 위험평가 | -.068 | -2.385* | .004 | .133 | .036 | 1.130 | .018 | .662 |
| 식품위해 우려도 | .095 | 3.347** | -.001 | -.031 | -.021 | -.659 | -.028 | -1.065 |

<표 12> 비음지불의사 영향요인(계속)

| 구분 | 무관심집단 | | 대비집단 | | 자포자기집단 | | 위험반응집단 | |
|--------------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | β | t-value | β | t-value | β | t-value | β | t-value |
| 식품관심도 | .275 | 9.954*** | .028 | .997 | .141 | 4.454*** | .140 | 5.308*** |
| 표시확인 | .056 | 1.998* | -.065 | -2.356* | .041 | 1.273 | .091 | 3.550*** |
| 식품제도 인식도 | .126 | 4.547*** | .228 | 8.649*** | .145 | 4.871*** | .131 | 5.215*** |
| R ² | .186 | | .077 | | .051 | | .051 | |
| adj-R ² | .181 | | .072 | | .044 | | .046 | |
| F-value | 33.415*** | | 13.188*** | | 6.927*** | | 9.401*** | |

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

5) 식품구매환경 평가 차이분석 종합결과

소비자유형별 식품구매환경에 대한 평가의 차이분석을 종합적으로 살펴본 결과는 <표 13>과 같다. 대비집단의 경우는 수입산안전도를 제외한 모든 변수의 평균이 가장 높은 것으로 나타났으며, 자포자기 집단은 모든 변수의 평균이 가장 낮은 것으로 나타났다.

<표 13> 식품구매환경평가 차이분석 종합

| 집단 | 수입산 안전도 | 국내산 안전도 | 표시만족 | 표시신뢰 | 제도인지도 | 비음지불 의사 |
|--------|---------|---------|------|------|-------|---------|
| 무관심집단 | a | b | b | b | b | b |
| 대비집단 | b | a | a | a | a | a |
| 자포자기집단 | c | c | d | d | b | b |
| 위험반응집단 | c | c | c | c | a | a |

3. 소비자유형별 식품안전교육홍보 경험 및 걱정 교육시기 차이분석

본 연구에서는 식품안전교육·홍보 경험 및 걱정시기 교육시기에 대한 소비자 유형별 특성을 알아보기 위해 교차분석을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1) 식품안전교육 및 홍보 경험

식품안전교육 및 홍보에 참여한 경험을 살펴본 결과는 <표 14>와 같다. 집단별 빈도의 차이는 있었으나 응답자의 98.2%가 소비자교육의 경험이 없다고 응답하였으며, 정부주최 홍보행사나 소비단체의 행사의 역시 대다수가 참여한 경험이 없다고 응답하였다. 이러한 분석 결과는 식품관련 소비자교육과 홍보가 중앙정부, 지자체, 소비자단체 등에서 시행되고 있으나 그 실효성이 매우 제한적임을 단적으로 보여주고 있다.

<표 14> 식품안전교육 경험 차이분석

| 구분 | | | 집단 | | | | 전체 | Pearson 카이제곱 |
|-----------|----|-----|--------|-------|---------|---------|-------|--------------|
| | | | 무관심 집단 | 대비 집단 | 자포자기 집단 | 위험반응 집단 | | |
| 소비자 교육 | 있다 | 빈도 | 13 | 30 | 15 | 46 | 104 | 17.607** |
| | | 백분율 | 1.0% | 2.1% | 1.3% | 2.9% | 1.9% | |
| | 없다 | 빈도 | 1310 | 1393 | 1150 | 1524 | 5377 | |
| | | 백분율 | 99.0% | 97.9% | 98.7% | 97.1% | 98.1% | |
| 정부주최 홍보행사 | 있다 | 빈도 | 7 | 19 | 9 | 16 | 51 | 5.290 |
| | | 백분율 | .5% | 1.3% | .8% | 1.0% | .9% | |
| | 없다 | 빈도 | 1316 | 1404 | 1156 | 1554 | 5430 | |
| | | 백분율 | 99.5% | 98.7% | 99.2% | 99.0% | 99.1% | |
| 소비자단체 행사 | 있다 | 빈도 | 9 | 23 | 11 | 25 | 68 | 7.450 |
| | | 백분율 | .7% | 1.6% | .9% | 1.6% | 1.2% | |
| | 없다 | 빈도 | 1314 | 1400 | 1154 | 1545 | 5413 | |
| | | 백분율 | 99.3% | 98.4% | 99.1% | 98.4% | 98.8% | |

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

2) 식품안전교육 적정시기

식품에 대한 기초적인 지식을 습득하는데 바람직한 시기에 대하여 분석한 결과는 <표 15>와 같다. 전체 교차분석 결과는 p<.001 수준에서 유의했으며, 전반적으로 초등학교 시기에 교육을 하는 것이 가장 바람직하다고 응답하였으나, 좀 더 세분해 보면, 위험반응집단은 유아기, 대비집단은 초등학교 시기, 무관심집단은 중고등학교 시기가 적절하다는 응답이 상대적으로 타집단에 비해 높았다.

<표 15> 식품관련 교육 적정 시기

| 구분 | | 집단 | | | | 전체 | Pearson χ^2 |
|-------|-----|--------|-------|---------|---------|-------|------------------|
| | | 무관심 집단 | 대비 집단 | 자포자기 집단 | 위험반응 집단 | | |
| 유아기 | 빈도 | 188 | 139 | 219 | 253 | 799 | 39.875*** |
| | 백분율 | 14.3% | 12.0% | 15.4% | 16.2% | 14.6% | |
| 초등학교 | 빈도 | 706 | 686 | 822 | 919 | 3133 | |
| | 백분율 | 53.6% | 59.0% | 57.9% | 58.7% | 57.3% | |
| 중고등학교 | 빈도 | 390 | 311 | 358 | 374 | 1433 | |
| | 백분율 | 29.6% | 26.8% | 25.2% | 23.9% | 26.2% | |

4. 소비자유형별 식품관리주체의 중요도 및 주요 식품안전정책 차이분석

본 연구에서는 식품관리주체의 중요도 및 주요 식품안전정책에 대한 소비자 유형별 특성을 알아보기 위해 일원배치분산분석(사후분석; Scheffe)과 교차분석을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

1) 식품관리주체별 중요도

식품관리주체의 중요도에 대한 평균의 차이를 분석한 결과는 <표 16>과 같다. 모든 집단의 평균이 4.0이상으로 높은 수준으로 나타났으며 특히 중앙정부, 생산자, 유통 및 판매업체, 소비자 자신에 대한 평균이 상대적으로 높게 나타났다. 소비자 유형별 평균의 차이를 분석한 결과는 위험지각수준이 낮은 무관심집단과 대비집단이 위험지각수준이 높은 자포자기집단과 위험반응집단에 비하여 모든 관리주체의 중요성에 대한 평균이 높은 것으로 나타났다.

<표 16> 식품관리주체의 중요도 평균차이

| 척도 | 집단 | n | 평균 | 동일집단 | F-value |
|--------------------------|--------|------|------|------|----------|
| 중앙정부 (농식품부, 식약처, 공정위) | 무관심집단 | 1323 | 4.24 | ab | 6.228*** |
| | 대비집단 | 1423 | 4.21 | b | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.31 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.30 | a | |
| 지방자치단체 (서울시등) | 무관심집단 | 1323 | 4.11 | a | 3.486 |
| | 대비집단 | 1423 | 4.09 | a | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.17 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.17 | a | |
| 생산자 (기업, 단체) | 무관심집단 | 1323 | 4.35 | ab | 8.380*** |
| | 대비집단 | 1423 | 4.30 | b | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.41 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.42 | a | |
| 유통 및 판매업체 | 무관심집단 | 1323 | 4.30 | ab | 4.374** |
| | 대비집단 | 1423 | 4.24 | ab | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.31 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.22 | b | |
| 소비자 자신 | 무관심집단 | 1323 | 4.25 | ab | 2.772* |
| | 대비집단 | 1423 | 4.23 | ab | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.29 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.21 | b | |
| 학교 | 무관심집단 | 1323 | 4.13 | b | 3.803* |
| | 대비집단 | 1423 | 4.16 | ab | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.23 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.19 | ab | |
| 소비자단체 | 무관심집단 | 1323 | 4.02 | a | 2.510 |
| | 대비집단 | 1423 | 4.08 | a | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.08 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.08 | a | |
| 언론 | 무관심집단 | 1323 | 4.05 | a | 1.808 |
| | 대비집단 | 1423 | 4.11 | a | |
| | 자포자기집단 | 1165 | 4.06 | a | |
| | 위험반응집단 | 1570 | 4.10 | a | |

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

2) 주요 식품소비자정책

식품관련 주요정책을 3개의 분야로 나누어 분석하였다. 각 문항에 대한 응답을 분석한 결과는 <표 17>, <표 18>, <표 19>와 같다. 먼저 주요소비자정책 분야(1)에서는 모든 소비자 유형에서 ‘식품안전 보장’을 식품관련 정책 중 가장 중요하다고 응답하였으며 두 번째로 ‘식품관련 교육 및 홍보’가 중요하다고 응답하였다. 다음으로 주요소비자정책 분야(2)의 분석 결과는 소비자 유형에 상관없이 ‘부당 사업자 처벌 단속’이 가장 중요하다고 응답한 빈도가 가장 높았으며 다음으로 ‘교육 및 홍보’가 높게 나타났다. 마지막으로 주요소비자정책분야(3)에 대한 응답을 분석한 결과로는 집단 간에 다소 차이는 있었지만 ‘식품안전관리로 질병 예방’이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘신선하고 품질 좋은 식품의 공급체계 구축’, ‘식품사고에 대한 신속한 대처’ 순으로 나타났다.

<표 17> 주요소비자정책 분야(1) 차이분석

| 구분 | 집단 | | | | 전체 | Pearson χ^2 |
|--------------|--------|--------|---------|---------|--------|------------------|
| | 무관심 집단 | 대비 집단 | 자포자기 집단 | 위험반응 집단 | | |
| 식품안전 보장 | 빈도 | 852 | 816 | 775 | 1121 | 3564 |
| | 백분율 | 64.4% | 57.3% | 66.5% | 71.4% | 65.0% |
| 식품관련 거래 적정화 | 빈도 | 104 | 158 | 84 | 106 | 452 |
| | 백분율 | 7.9% | 11.1% | 7.2% | 6.8% | 8.2% |
| 식품관련 피해구제 | 빈도 | 67 | 114 | 64 | 74 | 319 |
| | 백분율 | 5.1% | 8.0% | 5.5% | 4.7% | 5.8% |
| 식품관련 교육 및 홍보 | 빈도 | 244 | 241 | 205 | 177 | 867 |
| | 백분율 | 18.4% | 16.9% | 17.6% | 11.3% | 15.8% |
| 식품 표시정보의 제공 | 빈도 | 55 | 94 | 37 | 91 | 277 |
| | 백분율 | 4.2% | 6.6% | 3.2% | 5.8% | 5.1% |
| 기타 | 빈도 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| | 백분율 | .1% | .0% | .0% | .1% | .0% |
| 전체 | 빈도 | 1323 | 1423 | 1165 | 1570 | 5481 |
| | 백분율 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

110.114

<표 18> 주요소비자정책 분야(2) 차이분석

| 구분 | | 집단 | | | | 전체 | Pearson χ^2 |
|---------------|-----|--------|--------|---------|---------|--------|------------------|
| | | 무관심 집단 | 대비 집단 | 자포자기 집단 | 위험반응 집단 | | |
| 부당 사업자 처벌 단속 | 빈도 | 823 | 714 | 789 | 985 | 3311 | 58.222*** |
| | 백분율 | 62.2% | 61.3% | 55.4% | 62.7% | 60.4% | |
| 소비자 상담 및 분쟁조정 | 빈도 | 114 | 118 | 187 | 148 | 567 | |
| | 백분율 | 8.6% | 10.1% | 13.1% | 9.4% | 10.3% | |
| 조사연구 | 빈도 | 24 | 15 | 24 | 20 | 83 | |
| | 백분율 | 1.8% | 1.3% | 1.7% | 1.3% | 1.5% | |
| 정보수집 및 제공 | 빈도 | 53 | 46 | 76 | 72 | 247 | |
| | 백분율 | 4.0% | 3.9% | 5.3% | 4.6% | 4.5% | |
| 교육 및 홍보 | 빈도 | 244 | 206 | 244 | 242 | 936 | |
| | 백분율 | 18.4% | 17.7% | 17.1% | 15.4% | 17.1% | |
| 국제소비자문제대응 | 빈도 | 21 | 20 | 46 | 23 | 110 | |
| | 백분율 | 1.6% | 1.7% | 3.2% | 1.5% | 2.0% | |
| 정책개발 및 추진 | 빈도 | 44 | 45 | 57 | 80 | 226 | |
| | 백분율 | 3.3% | 3.9% | 4.0% | 5.1% | 4.1% | |
| 기타 | 빈도 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | |
| | 백분율 | .0% | .1% | .0% | .0% | .0% | |
| 전체 | 빈도 | 1323 | 1165 | 1423 | 1570 | 5481 | |
| | 백분율 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | |

<표 19> 주요소비자정책 분야(3) 차이분석

| 구분 | | 집단 | | | | 전체 | Pearson χ^2 |
|---------------------------|-----|---------|---------|---------|---------|---------|------------------|
| | | 무관심 집단 | 대비 집단 | 자포자기 집단 | 위험반응 집단 | | |
| 식품안전관리로 질병(식중독, 비만, 암등)예방 | 빈도 | 882 | 849 | 735 | 979 | 3445 | 91.315*** |
| | 백분율 | 33.37% | 29.86% | 31.57% | 31.21% | 31.46% | |
| 식품사고에 대한 신속한 대처 | 빈도 | 723 | 752 | 544 | 657 | 2676 | |
| | 백분율 | 27.36% | 26.45% | 23.37% | 20.94% | 24.44% | |
| 신선하고 품질 좋은 식품의 공급체계구축 | 빈도 | 655 | 740 | 648 | 996 | 3039 | |
| | 백분율 | 24.78% | 26.03% | 27.84% | 31.75% | 27.75% | |
| 균형있는 식품·영양 공급으로 소비자건강향상 | 빈도 | 281 | 377 | 293 | 363 | 1314 | |
| | 백분율 | 10.63% | 13.26% | 12.59% | 11.57% | 12.00% | |
| 관련정보에 대한 소비자 교육 및 홍보 | 빈도 | 102 | 125 | 108 | 142 | 477 | |
| | 백분율 | 3.86% | 4.40% | 4.64% | 4.53% | 4.36% | |
| 전체 | 빈도 | 2643 | 2843 | 2328 | 3137 | 10951 | |
| | 백분율 | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | |

V. 결론 및 제언

소비자 유형별 식품구매환경, 교육경험 및 적정교육시기, 관리주체의 중요도 및 주요 식품안전정책에 대해 알아본 결과 다음과 같은 시사점을 발견하였다.

첫째, 소비자 집단 내 수입산과 국내산 식품안전도 평균 비교해 본 결과, 모든 집단에서 수입산 식품의 안전도가 국내산 식품의 안전도보다 낮은 것으로 나타났다. 이는 수입자몽 농약파동(1989), 수입 밀 농약오염(1992), 김치 속 기생충알 검출 사건(2005), 광우병 파동(2008) 등 끊임없는 수입식품안전사고 발생으로 인한 결과라 할 수 있다. 농림수산물부(2013)에서 밝힌 지난해 우리나라의 식량자급률은 47.2%로 OECD국가 중 최하위에 속하였으며, 이중 곡물자급률이 23.1%를 기록한 것으로 나타났다(한겨레, 2014-9-25). 이는 곧 우리나라가 식품의 수입의존도가 상당히 높은 수준임을 의미한다. 이러한 상황에서 소비자들의 수입식품 안전 평가 수준이 낮은 것은 소비자의 식품안전에 대한 불안감과 우려도가 높다는 것을 말해준다. 소비자의 이러한 심리적 부담은 개인적으로나 사회적으로 많은 비용을 발생시킨다. 따라서 수입식품에 대한 소비자의 안전성평가를 제고하기 위하여 정부는 수입식품검역을 철저히 하고 수입자와 판매자에 대하여 정기적이고 철저한 관리·감독을 수행하여 수입식품안전사고를 미연에 방지함으로써 소비자로 하여금 안심하고 수입식품을 소비할 수 있도록 하여야 한다.

둘째, 식품안전제도의 인지도를 조사한 결과, 안전행동 수준이 높은 집단의 식품안전 제도인지도가 안전행동 수준이 낮은 집단보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 그러나 높은 수준 역시 보통(2.0) 수준으로 나타나 소비자들의 식품안전제도 인지도를 높이기 위한 교육 및 홍보가 필요할 것이라 판단된다. 소비자의 식품안전교육 참여 경험 역시 낮은 수준으로 나타났고, 주요 식품안전정책에서 소비자 교육 및 홍보의 요구가 높게 나타난 점을 종합하여 살펴보았을 때, 소비자 교육 및 홍보가 절실히 요구된다. 따라서 다양한 채널을 통한 소비자교육이 이루어져야 할 것이며 이를 위해서 소비자교육 콘텐츠 및 교육프로그램이 개발되어야 할 것이다. 특히 식품안전교육의 적정시기로 모든 소비자 집단이 초등학교 시기를 가장 적정하다고 판단하였으므로 식품안전교육을 정규교육 또는 특별활동 등에서 다루어질 수 있도록 교육프로그램 및 교재·교구가 개발되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구에서는 안전한 식품환경을 위한 소비자의 비용지불의사를 소비자의 식품구매환경 개선의 의지로 파악하고 소비자유형별 차이를 분석하였다. 그 결과 소비자 유형별로 비용지불의사에 영향을 미치는 요인에 차이가 있는 것으로 나타났으나 그중 식품제도인식은 모든 집단에서 동일하게 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 식품제도인식이 높을수록 비용지불의사가 높은 것으로 나타났다. 이는 식품제도에 대한 지식이 높을수록 식품환경에 대한 개선의지가 높은 것으로 파악할 수 있다. 따라서 식품제도에 대한 교육 및 홍보가 요구된다. 따라서 식품안전교육 및 홍보에 식품안전제도에 대한 교육과 홍보가 필수적으로 이루어져야 할 것이다.

넷째, 본 연구에서는 다양한 척도를 통하여 소비자 유형별 식품구매환경 평가의 차이를 분석하였다. 그 결과를 종합하여 다음과 같이 각 유형별 소비자 특성을 유추할 수 있었다.

먼저 ‘무관심집단’은 위험지각과 안전행동 모두 낮은 집단으로 사회 전반적으로 안전수준이 타집단에 비해 양호하다고 판단하여 제도인지도나 식품구매환경의 개선의지는 낮은 집단이다. 개선의지는 안전태도와 연관되므로 이 집단에 대해서는 식품안전에 대한 관심도와 안전태도 수준을 향상시킬 수 있는 교육이 진행되어야 할 것이다.

다음으로 ‘대비집단’은 위험지각은 낮으나 안전행동은 높은 집단으로 전반적으로 사회가 안전하다고 판단하고 있으며 제도인지도나 구매환경 개선의지 역시 높은 집단이다. 이 집단은 심리적으로 안정적이면서도 스스로의 책임과 역할을 다하는 집단이다. 따라서 이 집단에게는 지속적으로 식품시장을 신뢰할 수 있도록 기존의 제도를 안정적으로 수행하고 관리하는 모습을 보여주어야 할 것이다.

‘자포자기집단’은 위험지각은 높으나 안전행동은 낮은 집단으로 식품의 안전도, 표시만족도, 표시신뢰도가 모두 가장 낮은 집단으로 나타났다. 이에 반해 식품안전제도의 인지도는 낮고 구매환경의 개선의지 또한 낮은 집단이다. 이 집단은 식품제도의 인지도가 낮다는 점에 주목해보면 식품안전에 대한 정부의 노력이 부족하고 식품자체의 안전에도 회의적이므로 개인이 식품위해를 통제할 수 없다고 판단하기 때문에 안전행동과 개선의지가 모두 낮을 수 있다. 따라서 이 집단에게는 식품안전에 대한 사회적 신뢰를 향상시키고 식품안전역량 즉, 안전지식, 태도, 행동을 모두 향상시키기 위한 노력이 요구된다.

‘위험반응집단’은 위험지각과 안전행동의 수준이 모두 높은 집단으로 식품이 전반적으로 안전하지 못하며, 표시에 대한 만족과 신뢰 모두 타집단에 비해 상대적으로 낮은 집단이다. 그러나 식품안전제도의 인지도는 높고 개선의지 또한 강하다. 따라서 이 집단은 철저한 식품 생산 및 유통 관리, 수입식품 검역 등을 통하여 식품의 안전을 보장해줌으로써 식품시장에 대한 신뢰수준을 향상시키는 것이 최선의 방법이다.

마지막으로 주요 식품소비자정책으로는 소비자 유형과 상관없이 식품안전보장, 식품관련 교육과 홍보, 부당사업자 처벌단속에 대한 요구가 높게 나타났다. 부당사업자 처벌단속에 대한 소비자의 요구도는 식품관리주체의 중요도 분석결과 소비자 유형과 상관없이 모든 관리주체의 중요도가 4.0 이상으로 높게 나타났으나 그 중에서도 생산자와 중앙정부의 중요도가 매우 높게 나타났다는 점을 미루어 보면, 사업자의 안전한 식품 생산 및 유통과 중앙정부의 철저한 생산자 관리·감독에 대한 소비자의 요구도를 단적으로 보여주고 있다. 또한 소비자들의 식품안전교육의 경험이 거의 없다는 분석 결과는 소비자의 식품관련 교육과 홍보 정책에 대한 요구도를 통해 식품안전소비자교육이 절실함을 알 수 있다.

본 연구에서는 식품에 대한 소비자의 위험지각과 안전행동의 수준으로 소비자를 4개의 집단으로 유형화하였다. 현재 우리나라 소비자들은 안전성향과 위험지각이 모두 높은 ‘위험반응집단’이 가장 많은 것으로 나타나, 막연하게 만연되었던 식품불안에 비해 소비자들이 비교적 긍정적이고 바람직한 방향에서 식품소비를 하고 있음을 확인할 수 있었다. 그러나 위험지각은 높으면서 안전행동은 낮은 ‘자포자기집단’ 및 식품안전에 대해 ‘무관심한’ 소비자들로 인해 소비자 스스로 안전을 추구하는 성향은 아직 만족스럽지 못한 수준이다. 이들에 대한 보다 심도 깊은 분석이 이루어진다면 이러한 부정적 성향

의 원인과 해결방법 등도 모색해 볼 수 있을 것으로 보이나 본 연구에서는 2차 자료의 한계로 인하여 분석에 제한이 있었다. 따라서 후속 연구에서는 다양한 척도 구성과 심리적 측면, 사회경제적 지위 등을 파악할 수 있는 변수들이 좀 더 보강되어 보다 정밀하게 세분화된 소비자집단의 특성과 차이를 심층분석해 낼 수 있다면 바람직할 것이다.

참고문헌

- 김성숙, 이기춘. 1998. 소비자의 안전의식과 안전추구행동. 대한가정학회지. 36(3): 1-14.
- 송유진, 유현정. 2008. 식품구매시 소비자의 지각된 위험이 안전의식과 안전추구행동에 미치는 영향력의 구조모형분석. 소비자학연구. 19(3): 215-244.
- 식약처. 2014. 소비자의 안전한 제품 사용을 위한 교육제도 및 정책연구 보고서. 식약처.
- 유현정, 주소현. 2013. 소비자의 식품안전체감 및 역량척도 개발연구. 소비자학연구. 23(4): 79-104
- 윤은주, 서선희. 2012. 서울지역 중학생들의 식중독 예방의도에 따른 식품안전인식 및 태도 차이. 한국식품조리과학회지. 28(2): 149-158.
- 이지은, 이기춘. 1992. 서울시 주부소비자의 안전추구행동에 관한 연구. 생활과학연구. 17(2): 37-48.
- 파이낸셜 뉴스. 2013. [주요부처 핵심과제와 역할] (5) 식품의약품안전처. 2013. 1. 22일자.
- 한겨레신문. 2014. 9식량 자급률 47.2%...OECD국 중 최하위. 2014. 9. 25일자.
- Berkowitz, D. and K. Turnmire. 1994. Community Relations and Issues Management: An Issue Orientation Approach to Segmenting Publics. *Journal of Public Relations Research* 6: 105-123.
- Garnett, J. L. 1992. *Communicating for Results in Government: A Strategic Approach for Public Managers*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Grunig, J. E. and F. C. Repper. 1992. Strategic Management, Publics, and Issues. J. E. Grunig ed. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hong, H., H. Park., Y. Lee., and J. Park. 2012. Public Segmentation and Government-public Relationship Building: A Cluster Analysis of Publics in the United States and 19 European Countries. *Journal of Public Relations Research* 24(1): 37-68.
- Rimal, R. N. and K. Real. 2003. Perceived Risk and Efficacy Beliefs as Motivators of Change: Use of the Risk Perception Attitude(RPA) Framework to Understand Health Behaviors. *Human Communication Research* 29(3): 370-399.
- Sandman, P. M. 1987. Risk Communication: Facing Public Outrage. *EPA Journal*. 13(9): 21-22.

Witte, K. 1992. Putting the Fear Back into Fear Appeals: The Extended Parallel Process Model. *Communication Monographs*. 59: 330-349.

Witte, K. 1994. Fear Control and Danger Control: A Test of the Extended Parallel Process Model(EPPM). *Communication Monographs*. 61: 113-134.

유현정: 성균관대학교에서 가정학 박사(소비자학 전공) 학위를 취득하고(논문: 인터넷 쇼핑에 대한 소비자만족모델: 20, 30대 소비자를 중심으로, 2001), 현재 충북대학교소비자학과 교수로 재직중이다. 세부 전공분야는 소비자 행동, 소비자교육 및 정책 등이며, 소비자와 생활안전(공저, 2011), 재난을 바라보는 다섯가지 시선(공저, 2011) 등의 저서와 “식품위생정보의 커뮤니케이션 과정에 따른 소비자반응”(2013), “Perceived Risk and Safety-Seeking Behavior of Consumers in Seoul, Shanghai and New York”(2012) 등의 연구논문이 있다 (yoohj@chungbuk.ac.kr).