

農産物 輸入開放과 消費者 意識

— 大邱 · 慶北地域 消費者들에 대한 事例調査를 中心으로 —

李鎬澈 · 兪炳圭 · 金斗漢

慶北大學校 農科大學 農業經濟學科

The Consumers' Consciousness toward the Import Liberalization of Agricultural Products

— A peculiar case study about Consumers in Taegu · Kyungpook Area —

Lee, Ho Chol · Yu, Byung Gyu · Kim, Doo Han

Dept. of Agricultural Economics., Coll. of Agric., Kyungpook Natl. Univ.

Summary

This study has tried to illuminate a shocking phenomenon, the import liberalization of agricultural products in the aspect of Consumer consciousness. It has been applied that Table Analysis by using computer programming for instance—MINITAB, and Correlation Analysis and Multiple Regression Analysis, things like that. The results of this study are as follows;

1. Comparing domestic and imported stuffs, Consumers came to awareness that domestic products superior to foreign's in the cases of the degree of freshness, taste and pollution damage, in the meanwhile, inferior to the cases of price and wrapping. Food self-supplyment is considered as one of the most important things of all, moreover, by most consumers and health food and conventional food are favored by high class people.

2. Bying imported stuffs could clearly be fatal blow to our agriculture is fully recognized among consumers, what is more, there would only be doomed to our agriculture, too.

3. The most mass-purchasing imported stuffs by consumers illustrates in order; Beef, Banana, Coffee and Tabacco etc. The most significant elements why consumers buy foreign product is that the prices of them are relatively lower than those of ours. Besides, the next causes lies to non-producing stuffs and curiosity.

4. It must've been generally conceived by most consumers that Open-the-market-policy has been progressed for USA's repression and our monopolistic capital. Therefore, they demand that our market should be contained against unadviciable wave, moreover, keep paying attention to the policy how it will work to protect Korean agriculture.

5. Consumer attitude toward buying imported agricultural products is double-faced. Never-buy occupied only 24.4% among respondents, but overwhelming respondents say non-producing stuffs can be obtained selectively. In this case, however, never-buy-

movement would be backed by consumers in proportion to their educational background.

6. Various consumer minds surrounding Open-the-market-situation, in the end, has been analyzed econometrics through eleven variables to approach accurate fulfillments.

I. 머릿말

1. 연구의 필요성

우리 소비자들에게는 「농산물 수입개방」이란 새로운 상황이 과연 어떻게 투영되고 있는가? 그들은 과연 이 문제를 어떻게 의식하고 대처하고 있는가? 그리고, 의식하든 못하든 간에 그들은 이미 외국농산물의 수렁에 얼마나 깊게 빠져있는가?

이 연구는 바로 이러한 문제의식에서 출발한다. 그리하여 여기에서는 먼저 소비자들이 수입 농산물과 우리 농산물의 차이점과 우리의 농업에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 분석한 뒤, 과연 그들이 수입 농산물 소비가 농업에 미칠 영향을 어떻게 이해하고 있는지를 밝히고자 한다. 다음으로 소비자들의 수입 농산물 소비실태를 면밀하게 분석한 뒤, 그 동기와 배경에 대해 분석해보려 한다. 이어 소비자들이 스스로 이해하고 있는 수입개방의 현상·배경·결과를 분석해 본 뒤, “수입 농산물 불매운동”에 대한 이들의 태도를 보다 명확히 밝혀낼 것이다.

다음으로 우리는 이러한 소비자들의 다양한 견해들이 어떻게 여론으로 나타나며, 과연 어떻게 구체적이며 실제적인 행동으로 나타날 것인가⁷⁾를 계량분석을 통해 밝히려 한다. 이처럼 농산물 수입개방이란 충격적인 현상을 “소비자 의식”이라는 측면에서 새롭게 밝히려는 것이 이 연구의 주요한 목적이라 하겠다. 특히 이러한 계량분석에는 MINITAB^{2), 5)} 등의 컴퓨터 프로그램을 이용한 과학적인 상관 및 중회귀분석이 응용되었다.

2. 조사된 소비자들의 구성

이러한 문제의식에서 필자들은 대구 및 경북지역의 소비자 441명을 표본으로 추출하여 설문조사를 실시하였다. 조사는 준비된 설문

지에 따라 1990년 9월 한달동안 실시되었는데, 이때 면접원으로는 경북대학교 농업경제학과 학생들이 동원되었다. 특히 이 조사에서 표본으로 추출된 소비자들은 대규모 슈퍼마켓(동아쇼핑, 대구백화점)에서 면접된 100명과 재래시장(칠성시장, 서문시장)을 이용한 소비자 200명, 그리고 가정방문 면접을 통해 조사된 소비자 141명으로 구성되었다.

이제 이 연구에서 표본 추출된 소비자들에 대해 살펴보자, 먼저 이들은 남녀 비율이 4:6 정도로서 여자가 월등히 많이 조사되었다. 또한 그들의 학력수준은 고졸과 대졸이 70%나 되고 있을 정도로 농민보다 월등히 높았다. 특히 이러한 사정은 학력의 분포가 피조사자들의 거주지와 밀접한 관련이 있음을 말하여 준다. 특히 거주지별 학력을 살펴보면 아무래도 고학력자가 직할시와 시에 많이 분포되어 있었으며 군단위 지역에서는 국졸 중졸, 그리고 고졸이 비슷한 분포를 보이고 있었다.

한편 이 연구에서는 조사된 소비자들의 소득수준을 편의상 “소득없음(항상소득이 없는 사람)” “저소득(월소득이 39만원 이하 사람)” “중하소득(월소득이 40만원-79만원인 사람)” “중상소득(월소득이 80만원-119만원인 사람)” “고소득(월소득이 120만원 이상인 사람)”의 다섯 단계로 나누었다. 결국 소비는 소득의 함수라는 점에 착안하여 이 연구에선 이후의 분석을 이러한 소득구분에 근거하여 실시하였다. 이에 따라 <표 1>에 나타난 소비자들의 거주지별 소득분포를 살펴보면, 대도시일수록 월소득이 많았으며 군이하 지역에서는 79만원 이하의 월소득자가 대부분을 차지하였다. 이러한 사정은 농촌의 상대적 빈곤 실태를 잘 나타내 주는 좋은 지표가 된다 하겠다.

〈표 1〉 소비자의 거주지별 소득분포

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
직 할 시	36 (10.7)	49 (14.5)	179 (53.1)	63 (18.7)	10 (3.0)	337 (100.0)
시	8 (14.0)	7 (12.3)	35 (61.4)	6 (10.5)	1 (1.8)	57 (100.0)
군	3 (6.4)	15 (31.9)	23 (48.9)	6 (12.8)	0 (0.0)	47 (100.0)
합계	47 (10.7)	71 (16.1)	237 (53.7)	75 (17.0)	11 (2.0)	441 (100.0)

한편 조사된 소비자들의 직업별 소득수준 분포를 살펴보면 다음(표 2)에서와 같다. 이를 보면, 자영업자인 '상인, 서서비스업, 사업'의 종사자가 아무래도 월소득이 높은 것으로 나타나고 있다. 그에 비해 군단위 농민의 경우

는 전체의 약 80%가 중하소득에 몰려 있다는 점이 주목되어야 할 것이다. 그리고 소비자 소득수준은 분석 결과, 연령이 증가함에 따라 소득도 안정되어 갔음을 보여주었다.

〈표 2〉 소비자의 직업별 소득분포

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
상인, 서서비스, 사업	0 (0.0)	10 (14.9)	34 (50.7)	20 (29.9)	3 (4.5)	67 (100.0)
농민	0 (0.0)	11 (34.4)	15 (46.9)	6 (18.7)	0 (0.0)	32 (100.0)
교사(강사)	0 (0.0)	3 (15.0)	14 (70.0)	2 (10.0)	1 (5.0)	20 (100.0)
주부(가사)	0 (0.0)	8 (6.5)	86 (70.5)	24 (19.7)	4 (3.3)	122 (100.0)
공무원, 회사원(사무직, 은행원)	1 (1.1)	20 (23.0)	49 (56.3)	17 (19.5)	0 (0.0)	87 (100.0)
노동자(운전자, 서비스직종사자)	0 (0.0)	14 (33.3)	25 (59.5)	2 (4.8)	1 (2.4)	42 (100.0)
기타(자유업, 의료직, 교역자)	0 (0.0)	2 (18.2)	5 (45.4)	4 (36.4)	0 (0.0)	11 (100.0)
무직(대학생)	46 (76.7)	3 (5.0)	9 (15.0)	0 (0.0)	2 (3.3)	60 (100.0)
계	47 (10.7)	71 (16.1)	237 (53.7)	75 (17.0)	11 (2.5)	441 (100.0)

(표 3) 스스로 평가하는 생활수준 비교

(단위: 명, %)

구 분	소 비 자	농 민
상	12 (2.7)	7 (1.4)
중	334 (75.7)	252 (48.8)
하	95 (21.6)	224 (43.4)
무응답	-	33 (6.4)
계	441(100.0)	516(100.0)

주) 농민에 대한 조사결과는 다음 자료에 의함.

김상기·이호철, "농산물 수입개방에 대한 농민의 대응태세에 관한 연구-경북지역의 실태조사를 중심으로", 1990. 「농시논문집(산학협동)」33.

그리고, 이 연구에서는 소비자들에게 그들의 생활수준이 '상' '중' '하'의 어디에 속하는가를 설문하였다. 이때 소비자들의 경우는 '중'이라고 대답한 사람들이 전체의 3/4을 차지하였다. 그 반면에 비슷한 시기에 실시된 농촌조사에서 분석된 농민의 경우를 살펴보면 생활수준이 '중'이라고 대답한 사람이 약 50%에 불과했고 '하'라고 대답한 사람도 40%를 넘었다. 이로보아 농민들은 이 연구에서 조사된 소비자들에 비해 상당한 상대적 빈곤감에 팽배해 있음을 알 수 있다. 끝으로, 학력과 소득의 관계 분석에서는 학력이 높을수록 소득이 높다는 사회적 통념을 그대로 반영하고 있다. 특히 80만원 이상의 소득계층은 대졸이상의 학력자들이 많음으로써, 우리의 지나친 교육열이 어디에서 비롯되었는가를 여실히 보여주고 있다.

이상에서 우리가 면접한 소비자들은 다양한 직업과 학력, 그리고 넓다란 소득분포를 보인 평범한 소비자들이었다. 그러나 이들은 농민과 비교할 때 보다 높은 학력, 보다 젊은 연령구성, 보다 많은 소득과 생활수준을 가진 특징있는 집단이었다. 사회의 여론형성에 중요한 역할을 이들이 담당할 수 밖에 없는 지금의 상황에서는, 우리 농산물과 우리 농업에 대한 소비자들의 인식수준을 탐구하는 일은 자연히 중요한 의미를 지닐 수 밖에 없다¹⁰⁾는 점에서 이 연구의 절실함이 놓여있다 하겠다.

II. 우리 농산물과 농업에 대한 인식

1. 수입 농산물과 우리 농산물의 비교

1) 농산물에 대한 소비자들의 평가

다음(표 4)은 소비자들이 우리나라 농산물에 비해 수입농산물을 어떻게 평가하고 있는가를 나타내 주는 중요한 자료이다. 먼저 가격면에서 국내 농산물을 수입농산물과 비교해볼 때, '불리하다'고 대답한 사람이 약 80%에 달하였다. 그러나 아직도 약 20%의 소비자가 유리하거나 비슷하다고 판단하고 있는 것으로 보아, 수입농산물의 가격수준에 무관심한 소비자도 존재하고 있음을 단적으로 나타내 주고 있다. 포장면에 있어서도 우리 농산물이 '불리하다'고 판단하고 있는 사람은 60%를 차지하였다. 이는 우리 농산물의 포장에 대한 소비자들의 불만을 그대로 반영하고 있을 뿐만 아니라 농산물 포장에 대한 보다 많은 배려가 절실함을 의미한다고 하겠다.

한편, "저장의 단기성" 때문에 제약받을 수 밖에 없는 '신선도' 측면과 하나의 기호적 요소인 '맛'의 측면에서는 우리 농산물이 '유리하다'고 평가한 소비자는 42.6%였다. 그러나 우리 농산물이 '유리하다'고 평가한 소비자도 전체의 37.9%였는 것으로 보아, 지난해 자몽사태를 유발하였던 수입 농산물의 잔류농약 문제에 대한 소비자들의 의식이 여전한함을 보여주는 중요한 사례라 하겠다. 결국 소

비자들은 우리 농산물이 '가격'과 '포장'면에서는 불리한 대신, '신선도', '맛' 그리고 '농약피해'의 측면에서는 보다 유리하다고 판단하였다. 그런 점으로 보아, 앞으로도 우리 농산물

이 이러한 방향에서 비교우위를 가질 수 있겠끔 하는 지속적인 노력이 바람직하다고 하겠다.

〈표 4〉 수입농산물과 비교할 때 우리 농산물은 어떻습니까?

(단위: 명, %)

구 분	유 리	비 슷	불 리	무 응 답	계
가 격	43(9.8)	42(9.5)	350(79.4)	6(1.4)	441(100.0)
포 장	31(7.0)	139(31.4)	265(60.1)	6(1.4)	441(100.0)
신 선 도	348(78.9)	57(12.9)	31(7.0)	5(1.2)	441(100.0)
맛	279(63.6)	125(28.3)	31(7.0)	6(1.4)	441(100.0)
농약피해	17(37.9)	188(42.6)	76(17.2)	10(2.3)	441(100.0)

2) 소비자가 필요로 하는 농산물

다음의 〈표 5〉는 수입 자유화가 이루어졌다고 할 때, 소비자의 입장에서 어떠한 농산물이 생산되어야 하는가를 설문해 본 결과이다. 물론 여기에서도 각 소득계층들은 각각 다양한 의견을 개진하였다. 먼저 '소득이 없는 계층'에서는 절반이상의 소비자들이 우리나라 식량자급에 관심을 나타내었다. 이는 전체 평균인 38%를 상회하는 수준일 뿐 아니라, 현재의 40%를 밑돌 정도로 낮은 식량자급율을 감안¹⁾할 때 중요한 의미를 갖는다 하겠다. 또한 이 '소득이 없는 계층'은 그 다음으로는 '건강식품 및 무공해식품' '고유한 전

통식품'을 택하였다. 이러한 경향은 '저소득', '중하소득' 그리고 '중상소득' 층에서도 유사하였다. 그러나 소수의 '고소득층'은 식량자급에 도움이 되는 품목과 '건강식품 및 무공해식품'을 똑같이 중요하게 생각하였다. 이처럼 전체적으로 소비자들은 식량자급을 가장 중요하게 생각하였는데, 이는 곧 40%를 밑돌 정도로 매우 낮은 수준의 식량자급율을 그들이 인식하고 있다는 사실을 의미한다. 이러한 사정은 농업발전이 안정적인 식량공급이라는 목표를 달성할 수 있는 방향¹³⁾으로 나아가지 못하고 있는 현실에 대해 어느 정도의 경각심을 불러 일으키고 있다 하겠다.

〈표 5〉 앞으로 우리 농가가 생산해야 할 품목은?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
수출가능성이 큰 품목	5 (10.6)	11 (15.5)	48 (20.3)	11 (14.7)	2 (18.1)	77 (17.5)
안정 식량자급에 도움이 되는 품목	25 (53.2)	24 (33.8)	88 (37.1)	28 (37.3)	4 (36.3)	169 (38.3)
고유한 전통 품목	7 (14.9)	14 (19.7)	35 (14.8)	10 (13.3)	0 (0.0)	66 (15.0)
건강식품 및 무공해 식품	9 (19.2)	18 (25.4)	60 (25.3)	26 (34.7)	4 (36.4)	117 (26.5)
없 다	1 (2.1)	3 (4.2)	5 (2.1)	0 (0.0)	1 (9.1)	10 (2.3)
무 응 답	0 (0.0)	1 (1.4)	1 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.4)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

한편, '건강식품 및 무공해식품'에 대한 선호는 소득이 높은 층일수록 높았으며, '고유한 전통식품'에 대한 기호는 '저소득'층에서 가장 높았다. 또한 '수출가능성이 큰 품목'에 대한 선호는 '중하소득'층에서 비교적 높았다. 이처럼 전체의 50%를 넘는 소비자들이 '고유한 전통식품', '건강식품과 무공해식품'등의 수요에 관심을 보이고 있음은 우리 소비자들의 식품소비 패턴 변화를 단적으로 드러내는 것이라 하겠다. 이에 따라, 앞으로 우리의 농산물 생산은 식량자급과 우리의 고유한 입맛에 맞고 그리고 신선한 무공해의 상품개발에 초점을 맞춰 나가야만 할 것이다.

2. 농업에 대한 인식

1) 개방농정에 대한 평가

다음 <표 6>은 수입개방 정책에 대한 소비

자들의 반응을 정리한 것이다. 이를 보면 전체적인 소비자들의 반응은 요즘과 같은 '국제화 시대에서 어쩔 수 없다'는 생각(31.8%)과 '바람직하지 못하다'는 생각(66.0%)으로 뚜렷이 구분되고 있다. 그러나 후자의 견해가 전자의 그것보다 2배 이상으로써, 개방화의 논리가 아직도 전체 국민들이 납득할 수 있는 수준에까지는 이르지 못하고 있음을 보여주고 있다.

특히 '국제화 시대에서 어쩔 수 없다'는 생각은 '중상소득'층에서 가장 많았을 때 비해, '바람직하지 못하다'는 생각은 대체로 소득이 낮을수록 많았다. 그러나 비록 후자의 견해가 현재의 시점에서는 압도적이라 해도 시간이 지날수록 전자의 생각이 부상할 가능성도 크다고 보여진다.

<표 6> 현재의 수입개방정책을 어떻게 생각하십니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고소득	계
바람직하다	2 (4.2)	0 (0.0)	5 (2.1)	2 (2.7)	0 (0.0)	9 (2.0)
국제화시대에서 어쩔수없다	10 (21.3)	22 (31.0)	74 (31.2)	31 (41.3)	3 (27.3)	140 (31.8)
바람직 하지 못하다	35 (74.5)	49 (69.0)	157 (66.3)	42 (56.0)	8 (72.7)	291 (66.0)
무 응 답	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

2) 농업에 대한 전망

소비자들의 수입농산물의 소비가 우리나라 농업에 어떠한 영향을 줄 것인가를 살펴본 것이 다음의 <표 7>이다. 여기에서 보는 것처럼 절대다수의 소비자들은 스스로 '심각하게 피해를 줄 것이다'라고 생각하고 있었다. 특히 이러한 판단은 계층에 따른 아무런 차이가 없었다. 비록 소수의 소비자들(11.1%)이 '기술향상과 품질향상이 기대된다'는 의견을 제시하였지만, 이와 같은 소비자들의 태

도는 앞서 제시된 바와 같이 가격과 포장의 측면에서 국내 농산물이 외국 농산물과의 경쟁에서 훨씬 불리하다¹³⁾는 그들 스스로의 판단에서 비롯되고 있다 하겠다.

한편, <표 8>에서와 같이 소비자들은 농업에 대한 앞으로의 전망에 대해 한결같이 '현재보다 악화될 것이다'란 비관론¹⁴⁾을 개진하였다. 이와같은 반응들은 「우루과이 라운드」 농산물 협상이라는 국제적 경제질서의 강행속에서, 우리 농업은 이미 희망없는 산업이

되어버릴 수 밖에 없다¹²⁾고 소비자들이 의식하고 있음을 의미한다. '현재보다 나아질 것이다'란 응답도 겨우 전체의 8.6%였기 때문이다. 이러한 사정은 지금과 같은 일방적인 수입개방 정책의 강행은 이미 식량의 안보뿐만 아니라, 요즘 한참 논의되고 있는 농약 공해로 인한 소비자의 건강문제에도 커다란

위협으로 부각될 수도 있다는 소비자들의 우려를 반영하는 것이라 하겠다. 결국 소비자들은 그들의 수입농산물 소비가 심각한 타격이 되고 있음을 익히 잘 알고 있을 뿐 아니라, 수입개방으로 앞으로의 농업전망이 매우 어두울 것¹⁴⁾이란 인식도 아울러 깊게 가지고 있었다.

〈표 7〉 수입농산물 소비가 농업에 어떤 영향을 줄까요?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
심각하게 피해를 줄 것이다.	42 (89.4)	57 (80.3)	209 (88.2)	64 (85.3)	11 (100.0)	383 (86.9)
기술향상과 품질 향상이 기대됨	4 (8.5)	11 (15.5)	25 (10.5)	9 (12.0)	0 (0.0)	49 (11.1)
별로 영향이 없을 것이다.	1 (2.1)	3 (4.2)	3 (1.3)	2 (2.7)	0 (0.0)	9 (2.0)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

〈표 8〉 앞으로 농업전망에 대해 어떻게 생각하십니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
현재보다 나아질 것이다	2 (4.3)	3 (4.2)	7 (3.0)	4 (5.3)	0 (0.0)	16 (3.6)
현재와 비슷할 것이다	1 (2.1)	9 (12.7)	22 (9.3)	4 (5.3)	2 (18.2)	38 (8.6)
현재보다 악화될 것이다	43 (91.5)	59 (83.1)	207 (87.3)	67 (89.4)	9 (81.8)	385 (87.3)
무 응 답	1 (2.1)	0 (0.0)	1 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

Ⅲ. 농산물 수입개방에 대한 인식

1. 수입농산물의 소비와 그 원인

1) 수입농산물의 소비실태

이 연구에서는 수입농산물의 소비실태를 파악하기 위하여, 그에 대한 소비자들의 구입 경험을 조사하였다. 먼저 다음 〈표 9〉는 수입농산물 중에서 가장 많이 구입한 경험이 있

는 한 품목의 소비실태에 대해 설문한 것을 정리한 결과이다. 먼저 소비자들이 가장 많이 제시한 품목을 순서대로 열거해 보면 쇠고기(전체 소비자 중에서 32.9%가 가장 많이 소비한 수입농산물이라고 제시), 바나나(13.9%), 커피(7.7%), 양담배(7.5%), 주스(6.1%) 통조림(4.5) 등의 순이었다.

품목별 특성을 살펴보면, 수입쇠고기의 경

우는 '고소득'과 '중하소득'층에서 많이 구입하였는데 비해, 바나나는 '저소득'층 이하에서 많이 소비되었다. 파인애플, 자몽, 오렌지 그리고 레몬 등은 아직도 모든 계층에서 소비가 극히 미미하였다. 양담배의 소비경험은 아무래도 비교적 높은 소득을 유지하고 있는 '중상소득'에서 가장 많았지만, 쥬스의 경우는 비교적 모든 층에서 골고루 소비되고 있었다. 또한 커피의 경우는 소득이 없는 계층에서 가장 높은 구입율을 보였으며, 그외의 소득계층에서도 비슷한 수준을 유지하였다. 인스턴트 통조림도 '저소득'에서 '중상소득'에 이르기까지의 넓은 계층에서 조금씩 소비되었다.

한편, 수입농산물을 '구입한 적이 없다'고 대답한 소비자도 전체의 10%인 44명이나 되었고 응답을 회피한 소비자도 8.6%나 되었다. 그러나 소비자들은 무엇이 우리 농산물이고, 무엇이 수입농산물인지를 잘 인식하지 못하는 경우가 매우 많았다. 단적인 예로서 밀가루가 수입농산물 인지를 아는 소비자들이 극히 드물었다. 이처럼 알지 못하는 사이에 소비자들은 소수를 제외하고 수입 농산물 소비에 깊이 말려들고 있을 뿐 아니라, 그나마 상당수는 이를 전혀 의식하지를 못하였던 것이다.

<표 9> 가장 많이 구입한 수입농산물은 무엇입니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
수입 최고기	13 (27.7)	21 (29.7)	84 (35.4)	20 (26.8)	7 (63.7)	145 (32.9)
바 나 나	7 (14.9)	15 (21.1)	27 (11.4)	12 (16.0)	0 (0.0)	61 (13.9)
파 인 애플	0 (0.0)	1 (1.4)	5 (2.1)	1 (1.3)	0 (0.0)	7 (1.6)
자 몽	2 (4.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.3)	1 (9.0)	4 (0.9)
기 타 과 일 (오렌지, 레몬)	1 (2.1)	1 (1.4)	2 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (0.9)
양 담 배	0 (0.0)	1 (1.4)	22 (9.3)	10 (13.3)	0 (0.0)	33 (7.5)
쥬 스 (쥬스통조림)	3 (6.4)	5 (7.0)	16 (6.7)	3 (4.0)	0 (0.0)	27 (6.1)
커피	7 (14.9)	4 (5.6)	18 (7.6)	5 (6.7)	0 (0.0)	34 (7.7)
인 스탠 트 통 조 림	0 (0.0)	5 (7.0)	11 (4.6)	4 (5.3)	0 (0.0)	20 (4.5)
기 타	6 (12.8)	4 (5.6)	10 (4.2)	4 (5.3)	0 (0.0)	24 (5.4)
구입 안함	6 (12.8)	7 (9.9)	19 (8.0)	9 (12.0)	3 (27.3)	44 (10.0)
무 응 답	2 (4.2)	7 (9.9)	23 (8.0)	6 (8.0)	0 (0.0)	38 (8.6)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

2) 수입농산물의 구입동기

수입 농산물에 대한 소비자들의 구매동기를 정리한 것이 다음 <표 10>이다. 이를 살펴보면, 수입농산물을 구매하는 가장 큰 이유는 바로 가격요인 때문임을 알 수가 있다. 이는 앞의 분석에서 우리 농산물이 수입 농산물과 비교할 때 가격면에서 불리하다는 평가와 일치되는 부분이다. 더구나 우리 농산물이 아무래도 국제가격보다 높을 것이기 때문에, 앞으로 우리 농산물에 대한 수요 그 자체가 비탄력적임을 감안한다고 할 때 그 변수로 작용하는 가격요인은 더욱 불안정해질 것¹¹⁾이 우려된다. 여기서 특징적인 것은 소득이 높을수록 가격요인에 더욱 많은 관심을 가지고 있

다는 점이다.

수입 농산물 구매동기에 있어 두번째의 요인으로는 '국내에서 생산되지 않기 때문'이라는 반응과 외국 농산물에 대한 단순한 '호기심 때문'이라는 응답이 비슷한 비중을 보였다. 특히 저소득층일수록 이러한 경향이 강하였다. 이러한 사정은 수입 농산물에 대한 수요가 반드시 가격요인에 의해서만 결정되는 것이 아님을 보여주어주고 있다. 그러한 사실은 우리 농산물 생산은 질이 좋고 다양한 제품들을 생산하는 데 역점을 두는 것이 가격경쟁력을 높이는 것 만큼이나 중요하다는 것을 보여준다 하겠다.

<표 10> 왜 수입농산물을 구입하였습니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
국내에서 생산되지 않으므로	16 (34.0)	16 (22.5)	54 (22.8)	14 (18.7)	2 (18.2)	102 (23.1)
국내 농산물보다 가격 저렴	10 (21.3)	19 (26.8)	65 (27.4)	26 (34.7)	6 (54.5)	126 (28.6)
국내 농산물보다 품질 우수	2 (4.3)	8 (11.3)	30 (12.7)	6 (8.0)	0 (0.0)	46 (10.4)
호기심 때문에	10 (21.3)	11 (15.5)	53 (22.4)	18 (24.0)	1 (9.1)	93 (21.1)
기 타	4 (8.5)	12 (16.9)	15 (6.3)	7 (9.3)	2 (18.2)	40 (9.1)
무 응 답	5 (10.6)	5 (7.0)	20 (8.4)	4 (5.3)	0 (0.0)	34 (7.7)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

2. 농산물 수입개방의 배경과 개방농정

세계 경제흐름의 새로운 조류라 할 수 있는 GATT의 「우루과이 라운드」 농산물협상은 현재 우리 농업에 막대한 영향을 미치고 있다. '개방농정'이라는 이름으로 개시되었던 농산물시장 개방은 열악한 우리농업의 현실을 감안할 때 여전히 심각한 문제를 야기¹²⁾할 전망이다. 비록 농업의 위치가 상대적으로 사양

화되었다고 할지라도 근본적으로 농업이 담당해야 할 본래적인 역할은 여전히 중요하기 때문이다.

다음 <표 11>은 오늘날 소비자들이 어떻게 농산물 수입개방 문제를 이해하고 있는지를 살펴본 것이다. 농산물 수입개방이 '미국의 압력때문'이라고 생각하는 소비자는 전체의 58.5%를 점하였는데, 특히 이는 소득이 없는

〈표 11〉 왜 농산물 수입개방이 이뤄졌습니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
농산물 가격의 안정을 위해	2 (4.3)	8 (11.3)	23 (9.7)	7 (9.3)	2 (18.2)	42 (9.5)
공산품 수출을 위해	7 (14.9)	26 (36.6)	50 (21.1)	23 (30.7)	4 (36.4)	110 (25.0)
미국의 수입개방 압력 때문	37 (78.7)	31 (43.7)	146 (61.6)	39 (52.0)	5 (45.5)	258 (58.5)
국내의 식량 부족 해결	1 (2.1)	3 (4.20)	10 (4.2)	4 (5.3)	0 (0.0)	18 (4.1)
외국의 값싼 농산물 원료 확보	0 (0.0)	2 (2.8)	8 (3.4)	2 (2.7)	0 (0.0)	12 (2.7)
무 응 답	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

소비자층에서 그 비중이 높았다. 이러한 소비자층의 여론은 비록 농민에 비해 그 비율이 훨씬 낮았지만, 여전히 상당한 비중을 차지하고 있다. 다음으로 '공산품 수출을 위해 어쩔 수 없다'는 생각도 전체 소비자의 1/4에 의해 견지되고 있었다. 특히 이러한 생각은 '중상소득'이상의 계층과 특이하게도 '저소득'층에서 두번째로 많은 비중을 차지하고 있었다. 그리고 '농산물 가격안정을 위하여'란 생각은 특히 '고소득' 층에서 많이 나타났었다. 결국 소비자들은 농산물 수입개방이 그들 경제의 위기를 타개하려는 미국의 개방압력과 국내 독점자본의 공산품 수출을 위하여 진행되고 있다³⁾고 생각하였던 것이다.

앞으로 농산물 수입개방정책을 어떻게 추진해야 할 것인가를 설문한 결과가 바로 다음의 〈표 12〉이다. 여기에 따르면 소비자들은 농산물 시장을 '절대 개방해서는 안된다'라는 응답이 36.1%, '특정품목만 개방해야 된다'는 응답이 61.2%를 나타내었다. 다른 계층과는 달리 '저소득'층의 경우는 특정품목만 개방해야 한다는 응답이 가장 높은 반면, '절대로 개방해서는 안된다'는 주장은 상대적으로 낮았다. '전품목을 개방해야 한다'는 소비자가 극소수였기 때문에, 이 논의는 결국 수입개방을 자제하되 얼마나 신중적으로 대처할 것인가⁶⁾가 중요한 문제로 남는다고 생각된다.

〈표 12〉 앞으로 수입개방정책은 어떻게 추진해야 합니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
전품목을 개방	0 (0.0)	2 (2.8)	8 (3.4)	2 (2.7)	0 (0.0)	12 (2.7)
특정품목만 개방	30 (63.8)	51 (71.8)	135 (57.0)	47 (62.7)	7 (63.6)	270 (61.2)
절대 개방해서는 안됨	17 (36.2)	18 (25.4)	94 (39.6)	26 (34.6)	4 (36.4)	159 (36.1)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	239 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

3. 수입농산물의 소비와 그 불매운동에 대한 인식

다음 <표 13>은 장차 소비자들의 수입 농산물 소비에 대한 생각을 정리한 것으로서, 소비자들이 스스로의 자기전망을 보여주는 것이라 하겠다. 여기에서 제기된 외국 농산물이 수입되었을 경우 어떻게 소비하겠느냐는 설문은 앞서의 정책방향에 대한 설문과는 달리 소비자 개인의 행동이란 측면을 염두에 두고 있기 때문이다. 전체 소비자들 중에서 외국 농산물이 수입 되더라도 결코 '구입하지 않겠다'는 소비자가 24.4%에 불과 하였다. 그에 비해, '국내생산이 안되는 품목만 구입하

겠다'는 소비자가 절대다수(71.9%)를 차지하고 있다는 사실은 시사하는 바가 매우 크다고 하겠다.

비록 품목에 제한없이 모든 수입농산물을 구입하겠다는 소비자가 비록 5.7%에 불과하다고 해도, 이와같은 조사결과는 실제에 있어 다수의 소비자들이 이미 수입 농산물을 소비하고 있을 뿐아니라 앞으로도 많이 소비할 예정임을 의미하는 것이기도 하겠다. 이러한 사실은 가격 품질 등 여타의 조건을 고려하지 않을 때, 우리 소비자들의 기호에 부응하는 다양한 농산물 생산이 절실하다⁹⁾는 것을 반증해 준다 하겠다.

<표 13> 앞으로 수입농산물을 어떻게 소비하시겠습니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
품목에 제한없이 구입한다	0 (0.0)	2 (2.8)	11 (4.6)	1 (1.3)	1 (9.1)	25 (5.7)
국내생산이 안되는 품목만 구입	33 (70.2)	49 (69.0)	173 (73.0)	57 (76.0)	5 (45.5)	317 (71.9)
수입농산물 전품목을 구입않는다	14 (29.8)	20 (28.2)	53 (22.4)	17 (22.7)	5 (45.4)	107 (24.4)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

다음 표들은 '수입농산물 불매운동'에 대한 소비자들의 반응을 소득별 및 학력별로 각각 살펴본 것이다. 먼저 다음 <표 14>는 소비자들의 '수입 농산물 불매운동'에 대한 견해를 소득계층별로 정리한 것이다. 이 운동에 적극적으로 동참하려는 계층은 '고소득', '소득 없음' 그리고 '중하소득' 등의 순으로 높았다. 전체적으로 보아 적극적으로 동참하려는 소비자들은 절대다수(70.1%)를 차지하였던 것이다. 다음으로 '그저 그렇다'는 반응을 보인 무관심한 소비자들이 전체의 24.9%를 차지하였는데, 이들은 비교적 고른 분포를 보였다. 한편, '참여하지 않겠다'고 응답한 소수(5%)의 소비자들도 약간 존재하였는데, 이로 보아 소비자들의 태도에는 어느 정도의 양면성이 드러나고 있다고 분석된다.

다음으로 <표 15>를 통해 학력별 소비자들의 반응을 살펴보자. 대체로 학력이 높으면 높을수록 수입농산물 불매 운동에 '적극 동참하겠다'는 의견이 많이 나타나고 있으며, 특히 대졸층에서는 82.9%의 소비자들이 동참을 표명하였다. 그에 비해 학력이 낮으면 낮을수록 '그저 그렇다'거나 '참여하지 않겠다'는 의견은 많이 나타나고 있다. 이는 현실의 농업 문제에 대한 관심이 그들의 학력수준과 정비례하고 있음을 단적으로 말해주는 것이라 하겠다. 결국 이 같은 사정은 수입 농산물에 대처하기 위한 소비자들의 운동이 소비자들의 소득수준보다 학력수준에 크게 좌우되고 있음¹⁰⁾을 보다 명확히 인식시켜 주고 있다고 생각한다.

〈표 14〉 「수입농산물 불매운동」이 벌어진다면 어떻게 하시겠습니까?

(단위: 명, %)

구 분	소득없음	저 소득	중하소득	중상소득	고 소득	계
적극 동참할 것이다.	36 (76.6)	47 (66.2)	167 (70.5)	50 (66.7)	9 (81.8)	309 (70.1)
그저 그렇다	11 (23.4)	18 (25.4)	59 (24.9)	21 (28.0)	1 (9.1)	110 (24.9)
참여하지 않겠다	0 (0.0)	6 (8.4)	11 (4.6)	4 (5.3)	1 (9.1)	22 (5.0)
계	47 (100.0)	71 (100.0)	237 (100.0)	75 (100.0)	11 (100.0)	441 (100.0)

〈표 15〉 「수입농산물 불매운동」이 벌어진다면 어떻게 하시겠습니까?

(단위: 명, %)

구 분	무 학	국 졸	중 졸	고 졸	대 졸	계
적극 동참할 것이다.	4 (30.8)	36 (66.7)	39 (61.9)	138 (69.0)	92 (82.9)	309 (70.1)
그저 그렇다	6 (46.1)	14 (25.9)	21 (33.3)	53 (26.5)	16 (14.4)	110 (24.9)
참여하지 않겠다	3 (23.1)	4 (7.4)	3 (4.8)	9 (4.5)	3 (2.7)	22 (5.0)
계	13 (100.0)	54 (100.0)	63 (100.0)	200 (100.0)	111 (100.0)	441 (100.0)

Ⅳ. 소비자 의식의 계량분석

1. 소비자 의식에 영향을 미치는 변인들

이 연구에서는 앞서 분석된 여러 조사결과들을 다시 계량적으로 분석하기 위해, 새로운 상당수의 변인을 선별하였다. 아래 〈표 16〉은 이와같은 소비자 의식에 과연 어떠한 변인들이 영향을 미치는가를 계량적으로 분석해 내기 위해 특별히 선별된 11개의 변인들을 보여주고 있다. A군의 변인들은 '농산물 수입개방 정도(C₂)'에서 '수입농산물 불매운동에의 동참여부(C₁₇)'에 이르는 모두 7가지 종류의 소비자 의식으로 구성되고 있다. 또한 B군은 소비자의 '성별(C₁₉)' '월소득별(C₂₈)' 등의 신상에 관한 4가지 종류의 계층구분 변인들이다.

한편 이 연구에서는 먼저 이 여러 변인들

간의 상관관계를 파악하기 위하여, 이 변인들 간의 단순상관계수를 구하였다. 다음 〈표 17〉은 수입개방과 관련하여 소비자들의 의식에 비교적 큰 영향을 미치는 중요한 상관계수들 중에서 특징적인 것만을 행렬로 나열한 것이다. 먼저 A군의 소비자 의식에 대해 살펴보면 다음과 같다. 먼저 '농산물 수입개방 정도(C₂)'는 '수입농산물 구입여부(C₁₆)'와 비교적 높은 정(+)의 상관관계를 가지었다. 이는 농산물 수입개방이 진행되면 될수록, 수입 농산물의 구입이 확대될 것임을 의미한다. 또한 이 (C₂) 변인은 '수입농산물 소비가 농업에 미칠 영향(C₁₅)'을 깊이 인식할수록, '수입 농산물 불매운동에 동참(C₁₇)'하겠다는 생각이 높아짐을 보여주고 있다.

〈표 16〉 분석에 사용된 변인들

군	변 인 명	내 용
A	C ₂ 농산물 수입개방 정도	
	C ₄ 우리 농산물 가격 평가	
	C ₉ 현재의 수입개방 정책 평가	
	C ₁₀ 농업의 전망에 대하여	
	C ₁₅ 수입 농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도	
	C ₁₆ 수입 농산물 구입 여부	
	C ₁₇ 수입 농산물 불매 운동에 동참 여부	
B	C ₁₉ 성별	1: 남 2: 여
	C ₂₀ 연령별	1: 20대 2: 30대 3: 40대 4: 50대이상
	C ₂₁ 학력별	1: 무학 2: 국졸 3: 중졸 4: 고졸 5: 대졸
	C ₂₆ 월소득별	1: 없음 2: 저소득
		3: 중하 4: 중상 5: 고소득

한편 소비자들의 '현재의 수입개방정책 평가(C₉)'는 '수입농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도(C₁₅)' 및 '수입농산물 불매운동에의 동참여부(C₁₇)'와 비교적 높은 역의 상관관을 보 이었다. 이는 수입농산물이 야기할 영향을 제 대로 인식하는 소비자일수록 현재의 수입개 방정책에 부정적임을 드러내 주고 있다. 또한 '농업의 전망(C₁₀)'에 대한 소비자의식은 '수입 농산물 소비가 농업에 미칠 영향인식도(C₁₅)'

와 역의 관계에 있었다. 이는 곧 수입농산물 소비가 우리 농업에 미칠 영향에 대해 정확 하게 인식하는 소비자일수록 농업의 전망을 어렵게 보고 있다는 것을 의미한다. 마지막으로 '수입농산물 불매운동(C₁₇)'에 대한 소비자 의식은 '현재의 수입개방정책 평가(C₉)' '수입 농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도(C₁₅)' 그리고 '수입농산물 구입여부(C₁₆)' 등과 상관 이 있는 것으로 나타났다.

〈표 17〉 소비자 의식의 단순상관계수

	C ₂	C ₄	C ₉	C ₁₀	C ₁₅	C ₁₆	C ₁₇	C ₁₉	C ₂₀	C ₂₄
C ₄	.011									
C ₉	.266	.024								
C ₁₀	.116	.027	.319							
C ₁₅	-.181	-.199	-.338	-.389						
C ₁₆	.343	-.057	.280	.137	-.162					
C ₁₇	-.146	-.124	-.312	-.255	.362	-.293				
C ₁₉	.012	-.090	.030	-.028	.049	-.011	.115			
C ₂₀	.019	-.061	-.031	.007	.054	-.081	.168	-.025		
C ₂₄	-.086	.112	-.079	.032	-.047	.032	-.191	-.223	-.526	
C ₂₆	.022	.054	-.072	-.016	-.034	-.038	.029	-.049	.331	.061

이러한 각 변인들 간의 상관관계 분석은 연령과 월소득, 연령과 학력 등 B군 내의 계

층구분을 위한 기초변인들 사이와, A군 내의 소비자 의식 변인들 간에는 정(+)내지 부(-)의 상관관계가 도출되고 있다. 그러나 성별, 연령별, 학력별, 월소득별 등의 여러 B군의 변인과 A군의 소비자 의식 변인(C_2-C_{17} 변수) 간의 상관관계는 낮았다. 이러한 사실은 이 조사에서 성별이나 연령별, 학력별, 소득별 등으로 구분된 여러 소비자 계층구분 변인들이 그들의 의식과 별로 큰 상관관계를 보여주지 못하고 있음을 의미한다.

5-2. 소비자 의식의 결정요인 분석

또한 이 연구에서는 소비자들의 의식을 결정하는 여러 변인들을 규명하기 위하여, 모두 5가지의 '소비자 의식결정함수'를 추정하였다. 다음의 <표 18>은 소비자 의식에 미치는 결정요인들에 추출하기 위하여 이미 제시된 변인들을 이용하여 회귀분석한 결과를 나타낸 것이다. 이러한 소비자 의식 결정함수의 추정식은 소비자의식이 매우 복합적인 요인에 의해 결정된다는 것을 전제로 하여 여러차례 시도하여 얻어진 비교적 유의성이 있는 결과라 할 수 있다.

먼저 '1번 함수식'은 종속변인인 '현재의 수입개방정책 평가(C_9)'에 대해 독립변인인 '농산물 수입개방정도(C_2)', '농업전망(C_{10})' 그리고 '수입 농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도(C_{15})'가 일정한 영향을 미친다는 것을 내용으로 하고 있다. 여기서 3개의 독립변인 중 앞의 2개 독립변인은 정(+)의 영향력을 나타내고 있지만, C_{15} 는 부(-)의 영향력을 보이고 있다. 결국 수입개방 정책에 대한 소비자들의 평가는 그들의 농업전망과 수입개방에 대한 인식도에 정비례하며, 수입농산물의 소비와 반비례 한다는 사실이 이 함수식을 통해 입증된다고 하겠다.(설명력은 R^2 가 0.370으로서 비교적 높음.) 다음의 '2번 함수식'은 '농업전망(C_{10})'은 두 독립변인인 '현재의 수입개방정책 평가(C_9)' 및 '수입농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도(C_{15})'와 모두 부(-)의 관계를 보이고 있다. 특히 그중에서도 영향력에 있어 전자의 독립변인은 매우 미미하며, 후자의 그것도 -0.124로서 그렇게 높다고 할

수 없다. 이른바 이 식은 우리 미래농업에 대한 전망이 '정부가 얼마나 수입개방 정책을 행하는가'와 우리의 소비자들이 '그들의 수입농산물 소비가 우리 농업에 미치는 영향을 얼마나 인식하는가'의 여부에 달려 있다는 것을 의미한다. (R^2 도 0.242로서 설명력이 낮음.)

한편, '수입농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도(C_{15})'에 영향력을 미치는 4개의 독립변인을 구성한 '3번 함수식'에서는, 독립변인들 중에서 3개의 변인은 부(-)의 관계로 나타났다. 다소 높으리라고 예상하였던 '수입농산물 불매운동에의 동참여부(C_{17})'란 독립변인은 비록 정(+)의 관계로 나타났으나, 그 영향력 수준은 매우 미미하였다. 그러나 '우리 농산물 가격 평가(C_4)' 및 '농업전망(C_{10})'이란 독립변인은 종속변인(C_{15})과 높은 부(-)의 영향력 관계를 보였다. 이로 보아 수입농산물 소비가 초래할 영향에 대한 소비자들의 인식정도는 우리 농산물 가격이 수입농산물에 비해 비싸다고 인식하면 할수록, 현재의 개방농정과 앞으로의 농업전망에 부정적인 인식을 가질수록 강력하다고 평가된다. (설명력은 R^2 가 0.469로서 높은 편임.) '4번 함수식'은 소비자들의 '수입농산물 구입여부(C_{16})'에 영향을 미치는 변인들의 영향력을 나타낸 것이다. 이 때의 독립변인이 비록 3개가 사용되었으나 2개의 변인에 의한 영향력은 미미한 편이며, 종속변인(C_{16})은 '농산물 수입개방정도(C_2)'에 의해 가장 많은 영향을 받고 있는 것으로 나타났다. 결국 '소비자들의 수입농산물 구입'은 농산물시장이 개방되면 될수록, 소비자들이 수입개방정책에 무관심할수록 촉진되며, 그들이 수입농산물 불매운동에 동참할수록 자제된다는 의미이다.(이의 설명력도 R^2 가 0.380으로서 비교적 높은 편임.)

마지막으로 함수식 5번과 6번은 '수입농산물 불매운동의 동참여부(C_{17})'에 대해 각기 다른 독립변인을 사용하여 회귀분석한 결과이다. 먼저 4개의 독립변인을 사용한 함수식 5번을 보면, 종속변인 (C_{17})에 정(+)의 관계로 영향을 미치는 독립변인은 '수입 농산물 소비가 농업에 미칠 영향 인식도(C_{15})'와 '현재의

수입개방정책 평가(C₉)의 순이었다. 그리고 부(-)의 관계로서 '수입 농산물 구입 여부(C₁₆)'와 '학력(C₂₄)'의 변인이 있으나 그 영향력에 있어서는 미미하였다. 이 함수식은 수입 농산물 불매운동에의 소비자 참여는 '그들이 수입농산물 소비가 농업에 미칠 영향을 진지하게 인식할수록' '수입개방정책에 비판적일수록' 적극적이며, 수입농산물을 많이 구입하는 사람일수록 학력이 낮은 소비자일수록 소극적임을 보여준다.

다음의 6번의 함수식은 설명력도 매우 낮을 뿐만 아니라 영향력도 역시 매우 낮았다. 이로 보아 이 조사에서는 성별, 연령별, 학력별 수준이 그 개연성과는 달리 '수입농산물 불매운동'과 아무런 관련성이 없음을 보여주고 있다. 이와 같은 결과는 앞서의 <표 16>에서 B군의 계층구분을 위한 기초적인 변인과 A군의 소비자 의식 변인과의 상관관계가 매우 낮음에서 기인되는 결과라고 생각된다.

<표 18> 소비자 의식 결정함수의 추정식

식번호	주요 추정 결과	R ²
1	$C_9 = 1.35 + 0.292 C_2 + 0.345 C_{10} - 0.271 C_{15}$ (0.181) (0.037) (0.045) (0.050)	0.370
2	$C_{10} = 3.12 - 0.003 C_9 - 0.124 C_{15}$ (0.025) (0.007) (0.012)	0.242
3	$C_{15} = 2.18 - 0.724 C_4 - 0.068 C_9 - 0.286 C_{10}$ (0.092) (0.015) (0.020) (0.021) + 0.064 C ₁₇ (0.018)	0.469
4	$C_{16} = 1.130 + 0.394 C_2 + 0.091 C_9 - 0.115 C_{17}$ (0.124) (0.032) (0.034) (0.031)	0.380
5	$C_{17} = 1.94 - 0.228 C_9 + 0.476 C_{15} - 0.155 C_{16}$ (0.147) (0.034) (0.044) (0.035) - 0.085 C ₂₄ (0.016)	0.461
6	$C_{17} = 1.28 = 0.107 C_{19} + 0.059 C_{20} - 0.061 C_{24}$ (0.207) (0.056) (0.029) (0.031)	0.051

마 무 리

이 연구는 우리 소비자들에 있어 「농산물 수입개방」이란 새로운 상황이 과연 어떻게 의식되고 있는가를 밝히기 위한 시도이다. 먼저 수입 농산물과 우리 농산물을 비교할 때, 소비자들은 우리 농산물이 '가격'과 '포장'면에서는 불리한 대신, '신선도' '맛' 그리고 '농약 피해'의 측면에서는 보다 유리하다고 판단하고 있었다. 그리고 다수의 소비자들은 '식량자급'을 가장 중요하게 생각하였을 뿐 아니

라, '건강식품 및 무공해식품과' '고유한 전통식품'에 대한 기호도 '소득' 계층에 따라 높게 나타났다. 이러한 사실은 앞으로 우리의 농산물 생산이 식량자급과 우리 고유한 입맛에 맞는 신선한 저농약 농산물 개발에 초점이 맞춰져야 한다는 것을 의미한다. 또한 소비자들은 그들의 수입농산물 소비가 농업에 심각한 타격이 되고 있음을 익히 잘 알고 있을 뿐 아니라, 수입개방으로 앞으로의 농업전망이 매우 어두울 것이라고 생각하고 있었다.

다음으로, 소비자들이 가장 많이 소비하는

수입농산물을 순서대로 열거해 보면 쇠고기, 바나나, 커피, 양담배 등으로 밝혀졌다. 이와 같은 수입농산물을 구매하는 가장 큰 이유는 바로 가격이 저렴했기 때문이었으며, 그 다음으로는 국내에서 생산되지 않는다거나 호기심 때문이란 응답이 많았다. 또한 소비자들은 농산물 수입개방이 그들 경제의 위기를 타개하려는 미국의 개방압력과 국내 독점자본의 공산품 수출을 위하여 진행되고 있다고 인식하였다. 그러했으므로 그들은 수입개방을 자제하는 정책을 요구하였을 뿐 아니라, 그나마 얼마나 신중적으로 대처할 것인가에 관심을 가졌었다. 그렇지만, 수입 농산물 구매에 대한 소비자들의 의식은 이중적이었다. 수입 농산물을 반드시 '구입하지 않겠다'는 소비자는 24.4%에 불과하였지만, '국내생산이 안되는

품목만 구입하겠다'는 소비자는 절대다수를 차지하였기 때문이다. '수입 농산물 불매운동'에 적극적으로 동참하려는 소득 계층은 '고소득', '소득 없음' 그리고 '중하소득'의 순이었지만, 전체적으로 보아 적극적으로 동참하려는 소비자들이 절대다수였다. 학력별 반응을 살펴보면, 대체로 학력이 높을수록 수입농산물 불매운동에 '적극 동참하겠다'는 의견이 많았다.

끝으로 우리는 수입개방을 둘러싼 소비자들의 다양한 의식을 모두 11개의 변인들을 통해 계량분석을 행하였다. 특히 이러한 작업들은 앞서 분석된 소비자 의식에 대한 보다 과학적인 뒷받침을 위해 실시되었는데, 여기에서는 여러 종류의 소비자 의식 결정요인에 대한 모두 6개의 함수식을 구하였다.

참 고 문 헌

1. 김명환, "쌀시장개방 어떻게 대응할 것인가", 「농민과 사회」, 한국농어촌사회연구소, 1991년 가을호.
2. 김은정·최병선, "미니탭을 이용한 시계열 분석 입문", 자유아카데미, 1990.
3. 박진도, "농축산물 수입자유화론 비판과 한국농업의 발전방향", 「농축산물수입개방의 문제점과 대응방안」, 한국농어촌사회연구소 심포지움 발표요지, 1989.
4. 사에끼 나ومی, 「가트와 농업」, 박진도역, 비봉출판사, 1991.
5. 연세대 응용통계학과 편, 「미니탭」, 자유아카데미, 1988.
6. 이호철 외, "농업발전을 위한 농과대학의 역할에 관한 연구-새로운 산학협동체제 모색을 위하여-", 「동양문화연구」 제8집, 경북대 동양문화연구소, 1981.
8. 이호철, "농업 농민문제와 지방자치제", 「지방사회 발전과 지방자치제」, 제4회 지방사회연구회 심포지움 발표집, 1990.
9. 이호철, "농촌사회 계층별 소비지출 및 식품소비의 실태와 그 변화-경남 진주시 근교 7개 마을의 사례를 중심으로-", 「경북대논문집」, 1981.
10. 이호철, "지방화시대의 농가경제와 농민 의식-경북농촌지역의 사례를 중심으로-", 「성곡논총」 제22집, 성곡 학술문화재단, 1991.
11. 장종익, "농산물 수입구조의 형성과정과 현황", 「농어촌사회」, 농어촌사회연구소, 1990년 여름.
12. 한국농어촌사회연구소 편, 「한국농업의 위기와 재편방향」, 창작과 비평사, 1990.
13. 허현중, "곧 밀어닥칠 쌀수입개방문제-일본의 경우를 보면서-", 「농어촌사회」, 농어촌사회연구소, 1990년 여름.
14. D. Cohen, 「Consumer Behavior」, Random House Inc., 1981.