

농식품 소비역량지수 개발과 계측*

이계임** 반현정*** 박기환**** 황윤재*****

Keywords

농식품 소비역량지수(agrifood consumption competency index), 농식품 소비자정책(agrifood consumer policy)

Abstract

The purpose of this study is to develop an ‘Agrifood Consumption Competency Index’ with the reference of the ‘Consumer Competency Index’ & ‘Consumer Market Performance Indicator’ calculation methodology then measure the ‘Agrifood Consumption Competency Index’ by a consumer survey.

Agrifood consumption goes through a series of steps starting from the selection of the product, purchase, eating and leading to nutrition ingestion. Accordingly, the ‘Agrifood Consumption Competency Index’ is classified into the ‘Agrifood Purchase Competency Index’, ‘Eating Habit Competency Index’ and ‘Agrifood Damage Relief Competency Index’.

The result came out each for the ‘Agrifood Purchase Competency Index’ from 6.4 points to 6.6 points, the ‘Eating Habit Competency Index’ 7.3 points and the ‘Agrifood Damage Relief Competency Index’ 5.0 points of ideal condition total 10 points. By combining the weight of each classification, the total result ranged from 6.2 points to 6.5 points.

차례

- 1. 서론
- 2. 농식품 소비역량지수 관련 유사지표 검토
- 3. 농식품 소비역량지수 산출방식 개발
- 4. 농식품 소비역량지수 계측
- 5. 결론

* 이 논문은 이계임 외(2014)의 일부를 수정·보완한 것임.

** 한국농촌경제연구원 선임연구위원, 교신저자, e-mail: lkilki@krei.re.kr

*** 한국농촌경제연구원 초청연구원.

**** 한국농촌경제연구원 연구위원.

***** 한국농촌경제연구원 연구위원.

1. 서론

소득수준 향상과 소비환경 변화 등으로 소비자의 농식품 품질과 건강에 대한 관심이 증가하고 소비자 권리의식이 확대되고 있다. 한편 식생활의 외식화 경향과 시장개방의 확대로 소비자들이 다양한 농식품 위해 요인에 노출됨에 따라 농식품 위해사고 발생이 빠르게 증가하고, 소비자의 농식품 안전에 대한 불안이 심각하다. 소비자들은 농식품과 관련하여 대부분 권리에 대해서 미흡하다고 평가하고 있으며, 여러 기관에서 운영하는 다수의 농식품 인증·표시제도는 생산자와 소비자의 혼란을 야기하는 등 정책개선이 필요한 상황이다.^{1, 2}

농업정책이 기존의 생산뿐만 아니라 농장에서 식탁까지의 푸드시스템 전반을 대상으로 확장되어야 한다는 필요성이 제기됨에 따라 2008년 정부 조직 및 관련 법률에 변화가 있었으나 여전히 소비자가 농식품정책의 핵심적인 정책 대상으로 자리매김하지 못한 것으로 평가되고 있다. 소비자단체들과의 적극적인 협력사업을 추진하며 각종 위원회에 소비자 참여를 확대하고자 하였으나 다양한 소비자의 요구를 반영할 수 있는 소통체계가 부족하였으며, 2010년 본격적으로 추진된 녹색 식생활 교육에 대한 성과가 미흡하고, 농식품영양과 식생활 관련 정책이 부족하다고 볼 수 있다.

일반 소비자정책에 대해서는 정기적으로 다양한 방법을 통해 평가하며 이를 통해 정책 개선이 이루어지고 있다. 농식품 소비자정책의 효율적인 추진을 위해서는 소비자의 관점에서 농식품 시장이 적정하게 운영되고 있는지를 종합적으로 평가하여 정책추진 계획을 수립할 필요가 있다. 소비자의 역량 수준과 농식품 시장에 대한 평가지표를 개발하여 농식품 분야별 소비 역량과 전체 시장과 분야별 시장에 대한 소비자정책의 추진 성과를 평가하고, 평가결과를 정책 개선에 반영하여야 한다.

이 연구에서는 소비자역량지수와 소비자시장성과지수의 산출방식을 종합하여 ‘농식품 소비역량지수’를 개발하고, 소비자설문조사를 통해 농식품 전체와 분야별 소비역량지수를 계측하고자 하였다.

1 소비자들은 ‘식품에 대한 정보를 제공받을 권리’, ‘식품에 관한 의견을 반영할 권리’, ‘식품으로 인한 피해를 보상받을 권리’, ‘합리적 식품선택을 위해 교육받을 권리’에 대해서 부족하다는 의견을 제시함(이계임 외 2014).

2 농식품 관련 정책에 대한 분석은 이계임 외(2014) 등을 참조하기 바람.

2. 농식품 소비역량지수 관련 유사지표 검토

소비자 입장에서 시장이나 정책 전반을 대상으로 평가하기 위해 추진된 주요 사업과 관련된 대표적인 지표는 소비자역량지수, 소비자만족도지수, 소비자시장성과지수, 소비생활지표, 소비자지향성 평가 등이 있다<표 1>.

‘소비자역량지수’, ‘소비자만족도지수’, ‘소비자시장성과지수’는 소비자의 정책의 시각에서 시장의 성과에 대해 지수화하여 평가한다는 측면에서는 공통점을 갖고 있으나, 평가 방식 및 범위에서 다소 차이가 나타난다. 소비자만족도지수는 소비자정책에 대한 소비자 만족도 계측을 통해 농식품 분야 소비자정책의 성과를 평가하는 방식이며, 소비자시장성과지수는 만족도를 포함하는 핵심지표를 통해 소비자 입장에서 시장의 기능이 적정하게 움직이고 있는가를 평가하는 방식이다. 소비자역량지수는 소비환경에서 현명하고도 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 능력 정도를 평가하는 것이다. 이를 농식품 부문에 적용했을 때 소비자만족도지수와 소비자시장성과지수가 ‘농식품 시장’에 대해 소비자가 직접 평가하는 방식이라면, 소비자역량지수는 소비자의 능력 평가를 통해 농식품 시장환경과 정책성과에 대해 간접적으로 계측할 수 있는 기준이다.

표 1. 소비환경 및 소비자역량 관련 주요 평가지표

구분	작성기관	작성시기	목적	측정방법
소비자 역량지수	한국소비자 교육지원센터	2007년	종합적인 소비자역량 척도를 개발하여 향후 소비자역량 측정 및 분석의 기초 마련	설문조사
	한국소비자원	2010년	소비자역량의 측정 및 평가를 통해 소비자역량 강화	설문조사
소비생활지표	한국소비자원	1991, 1994, 1997, 2012년	소비자정책적 제언과 활용이 가능한 기반 자료의 제공	설문조사, 통계자료
소비자 만족도지수	한국농물협회	2012년	소비자 중심의 정책 개발을 위한 농수산 식품 소비 및 정책 만족도 지수 개발	설문조사
소비자 지향성평가	한국소비자원	2009년 이후 매년	소비자후생을 감소시킬 수 있는 각종 정책과 제도를 소비자지향성의 관점에서 재검토하고 개선방안 마련	실태분석 (정성분석 위주)
소비자시장 성과지수	한국소비자원	2013년	소비자 관점에서 시장의 기능이 적정하게 움직이고 있는지 평가	설문조사

2.1. 소비자역량지수

소비자역량지수는 소비자역량에 대한 정의에 따라 다소 차이가 있으며, 소비자역량에 대한 정의는 이기춘 외(2007), 배순영 외(2010), 손상희 외(2010), 국제소비자기구 등에 제시되어 있다. 이기춘 외(2007)는 소비자역량을 합리적인 거래나 재무관리, 소비자 권리행사, 윤리적인 소비를 위해 소비자가 갖추어야 할 지식 및 바람직한 소비생활 실천태도로 정의하였으며, 배순영 외(2010)는 변화하는 소비환경 속에서 현명하고도 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 능력으로 정의하였다. 손상희 외(2010)는 녹색소비자역량을 녹색소비와 관련된 효율적이고 책임 있는 의사결정을 할 수 있는 소비자의 지식·태도의 내적역량, 사회·물리적 소비여건과 관련된 외적역량, 구매·사용·처분행동으로 나타나는 실천역량의 총체로 정의하였으며, 국제소비자기구(Consumer International)는 소비자능력을 비판적인 지각능력, 능동적 행동능력, 사회적 관심능력, 환경적 책임능력, 연대능력으로 정의하고 있다.

소비자역량은 내용요소(재무설계능력, 정보의 이해 및 활용 능력 등)를 기준으로 구분하거나, 지식·태도 등의 인지적 영역과 실천적 영역으로 구분하기도 하며, 인지적 및 실천적 영역 구분 시 사회·물리적 소비여건과 관련된 외적인 여건이 외적역량으로 추가로 고려되기도 한다. 배순영 외(2010)와 이기춘 외(2007)의 연구에서는 내용요소로 소비자의 재무설계능력과 금융상품선택능력을 측정하는 ‘금융(재무)역량’, 상품 및 서비스 선택능력/정보의 이해 및 활용 능력/사용 및 문제해결능력을 측정하는 ‘거래역량’, 소비자의 권리와 책임영역/사회변화에 따른 소비사회적응능력을 포함하는 ‘시민역량’으로 구분하며, 각 요소별로 인지(지식)역량, 실천역량으로 이분하였다.³ 손상희 외(2010)와 송순영(2010)은 녹색소비역량을 소비자의 구매·사용·처분에서의 녹색소비 실천행동 수준을 측정하는 ‘실천역량’, 소비자의 녹색소비를 실천할 수 있는 잠재능력을 지식과 태도 측면에서 측정하는 ‘내적역량’, 사회·물리적 소비여건과 관련된 ‘외적역량’으로 구분하였다.⁴

³ 배순영 외(2010)는 이기춘 외(2007)의 소비자역량지표를 계승하여 3대 영역은 거의 그대로 두되, 소비자주의역량을 소비자시민역량으로 수정하고 각 대영역별로 9개의 중영역 지표를 재구조화하고, 측정요소를 다각화하여 보완함.

⁴ 송순영(2010)은 실천역량에 소비자의 구매·사용·처분 이외에 녹색실천 확산을 위한 선도행동도 추가하였다는 점에서 손상희 외(2010)와 구별됨.

2.2. 시장 평가 관련 지표

소비자만족도지수(진현진 외 2012)는 소비자 중심의 정책 개발을 위하여 농수산물식품 소비 및 정책 만족도 지수를 개발하였다. 품질, 가격, 안전, 생산자 등 4개 분야에 대해 국산/수입 농·축·수산물의 품목별로 소비만족지수(만족도), 정책평가지수(정부의 정책 및 활동 평가), 정보표시 인식지수(식품 표시 정보 적절성), 정보활용지수(정보표시된 식품 구매 수준), 피해구제 인식지수(피해구제에 대한 인식) 등 5개 지수를 산출하였다.

한국소비자원(허명영 외 2013)에서는 EU에서 시행하고 있는 ‘소비자시장성과지수’를 적용하여 2013년에 10개 시장에 대해 재화 및 서비스를 구매한 경험이 있는 소비자 550명을 대상으로 온라인 조사를 실시하여 시범적으로 소비자시장성과지수를 평가한 바 있다. 소비자시장성과지수는 비교용이성, 신뢰성, 소비자문제 및 불만, 만족도 등 4개 구성요소의 평균으로 산출하는 CMPI를 비롯하여, CMPI에 전환성을 포함한 CMPIS I, CMPI에 안전성을 포함한 CMPIS II로 구분된다. 소비자시장성과지수는 가계동향조사에서 소득 대비 소비지출 비중이 높은 상위 10개 시장인 ① 자동차(신차), ② 이동전화서비스, ③ 생명보험(보장성), ④ 가전제품(대형), ⑤ 부동산중개서비스, ⑥ 일반 의류, ⑦ 외식 서비스, ⑧ 육류, ⑨ 한약(재), ⑩ 여행서비스(국외단체)를 대상으로 한다. 농식품과 관련된 외식서비스, 육류, 한약(재) 시장에 대해서는 CMPI와 CMPIS II를 적용하였다.

그밖에 ‘소비생활지표’와 ‘소비자지향성’도 유사한 개념으로 볼 수 있으나, 종합적인 평가지표를 산출하는 방식과는 차이가 있다. ‘소비생활지표’는 국민의 소비생활과 관련된 전반적인 실태·성향·의식을 파악·측정하기 위해 관련 지표들을 영역별로 정리하여 계측하며, ‘소비자지향성’은 소비자지향성의 관점에서 개선 과제를 발굴하여 개선 방안을 제시한다. 소비생활지표는 한국소비자원에서 1991, 1994년, 1997년에 작성되었으나 이후 중단되었다가 2012, 2013년에 다시 연구되었다.⁵ 소비생활지표는 ‘소비생활에서의 소비자문제 경험과 소비자정책 성과를 측정하는 지표’로 정의되며, 소비경험 부문, 소비수준, 정책성과의 3개 부문과 부문별로 소비경험 부문의 문제 경험, 거래 방식, 소비 만족도 영역, 소비수준 부문의 소득·소비 현황, 소득·소비 전망 영역, 정책성과(소비환경) 부문의 소비자정책의 성과, 소비자권리의 신장 영역 등 7개 영역으로 구성된다. 소비자지향성 평가사업은 한국소비자원에서 매년 시행하고 있으며, 정성분석의 실태분석이 주로 이루어진다.

⁵ 중단 이유는 방대한 지표 규모에 따른 지속적 생산의 어려움과 기존의 공표 통계의 재가공 방식에 기반한 지표에 따른 정체성 문제 등임.

2.3. EU의 시장성과지수

EU는 유럽시장의 단일화 효과를 소비자입장에서 측정하고, 유럽 역내시장의 어떤 부분이 소비자에게 불리한 것인지를 파악하기 위해 소비자 시장 점수게시판(Consumer Market Scoreboard: CMS)을 운영하고 있다. 2008년 이후 매년 27개 회원국 51개 시장에서 상품 및 서비스 구매 경험이 있는 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하여 시장의 기능이 효율성과 경쟁성을 바탕으로 충분히 소비 지향적으로 움직이고 있는가 여부를 소비자 관점에서 평가하여 시장성과지수를 발표하고 있다.

설문조사는 각 국가별/시장별로 500명씩 샘플을 추출하여 조사하며(4개국은 250명 조사), 한 사람이 최대 8개 시장까지 응답할 수 있어 최소 응답자 수는 3,188명(1,594명) 수준이다. 표본은 만 18세 이상의 전화를 소유하고 주요 사회인구통계학적 요소의 관점에서 대표성 있는 표본을 RDD(Random Digit Dialing) 방식으로 추출한다.⁶ 조사는 전화조사(Computer Aided Telephone Interviews over the Internet: WebCATI)로 이루어지며, 조사 문항은 시장별로 6~8개로 구성되어 있으며, 그 외에 사회인구통계학적 질문을 포함하고 있다.

EU의 시장성과지수는 7가지 핵심지표 중 선택된 구성요소에 따라 산출되는데, 핵심지표는 비교용이성, 신뢰성, 소비자문제, 소비자불만, 만족도, 상품전환성, 선택권으로 구성된다. 비교용이성(comparability)은 시장에서 소비자가 구입한 재화 및 서비스를 다른 사업자의 재화 및 서비스와 얼마나 쉽게 비교할 수 있는가를 평가하는 지표로서, 사업자가 가격 및 품질에 대해 얼마나 구체적으로 공개하고 있는지에 따라 소비자가 재화 구매 전 혹은 서비스를 제공받기 전 가격 및 품질을 쉽게 비교하고 이를 통해 합리적인 구매를 결정할 수 있는지를 평가한다. 신뢰성(trust)은 소비자 입장에서 해당 시장의 공급자/사업자가 소비자 보호와 관련한 법과 규정을 준수하는 등 얼마나 신뢰하는지를 측정한다. 소비자문제(consumer problem)는 시장에서 구입한 재화와 서비스를 소비자가 사용하던 중 실제 소비자문제를 겪은 경험도를 평가하는 지표이며, 불만제기 시스템이 번거롭거나 불가능한 시장에서 특히 유용하다. 소비자불만(consumer complaints)은 소비자가 특정 사업자에 대하여 재화나 서비스의 홍보·판매·공급, 재화나 서비스의 활용, 판매 후 서비스와 관련하여 사업자의 불만처리기구에 공식적으로 불만을 제기하는 것을 파악한다. 만족도(satisfaction)는 시장이 소비자가 기대하는 수준 혹은 요구하는 방식대로 재화 및 서비스를 제공하는지 측정하기 위한 지표이며, 소비

6 무작위로 선정된 전화번호를 여론조사에 활용하는 전화여론조사 방법의 일종임.

자가 구매한 재화 및 서비스에 대한 가격수준, 재구매의사, 구매편의성, A/S, 거래의 투명성 등을 종합적으로 반영한다. 상품전환성(switching)은 시장에서 재화 및 서비스의 선택 수준과 소비자의 선택을 이행할 능력을 측정하는 지표이며, 시장의 투명성, 사업자 전환의 어려움, 소비자의 관성적 행동 등을 반영하는 지표이다. 선택권(choice)은 소비자가 각각의 시장에서 공급자의 선택에 대해 만족하는 수준을 평가하고 소비자가 인지하는 지역 경쟁 수준을 반영하는 지표이며, 다른 공급자 사이의 경쟁은 소비자에게 가능한 낮은 가격/더 좋은 품질/새로운 제품과 더 많은 선택을 최대한 보장해줄 수 있는 혁신과 효율성을 추구할 인센티브를 기업에 제공한다고 볼 수 있다.

EU는 시장성과지수를 4가지 형태(MPI, MPIs, MPIc, MPIsc)로 산출한다. 시장성과지수 중 가장 대표적 지수인 MPI는 비교용이성, 신뢰성, 소비자문제 및 소비자불만, 만족도 등 4개 구성요소(5가지 핵심지표)로 구성된다<표 2>. 그 외 MPI에 상품전환성을 추가적으로 포함한 MPIs, 선택권을 포함한 MPIc, 상품전환성과 선택권을 포함한 MPIsc 산출이 가능하다. nMPI는 구성요소의 개수(n)에 따라 동일한 가중치(1/n)로 산술평균한 MPI를 표준화하여 산출된 지수로, 일반적으로 시장성과지수는 nMPI와 같이 표준화하여 사용한다.⁷ 시장별로 시장성과지수 평가기간은 1년, 2년, 3년으로 상이하 며, 평가하는 항목도 상이하 여 상품전환성은 14개 시장, 선택권은 48개 시장을 대상으로 평가가 이루어진다.

표 2. EU 시장성과지수의 구성요소

구분	구성요소	MPI	MPIs	MPIc	MPIsc
1	비교용이성(compatibility)	○	○	○	○
2	신뢰성(trust)	○	○	○	○
3	소비자문제 및 소비자불만 (consumer problem&complaints)	○	○	○	○
4	만족도(satisfaction)	○	○	○	○
5	상품전환성(switching)	-	○	-	○
6	선택권(choice)	-	-	○	○

자료: EU. Consumer Market Scoreboard(2012).

⁷ nMPI = MPI - average MPI + 100

EU는 시장성과지수 외에 가격(prices), 소비자불만(complaints), 소비자 안전(safety) 등 3가지를 시장성과데이터(Market Performance Data: MPD)로 분류하여 시장기능의 소비자기향성을 측정하는 지표로 이용하고 있다. 가격은 시장의 단일화 측정에 매우 중요한 요소이므로 Eurostat의 가격 데이터를 이용하여 EU 국가 사이의 가격 차이 및 가격과 개인의 실제 소비지출사이의 상관관계를 분석한다. 소비자불만은 국가기관, 규제담당기관, 소비자기구와 같은 제3기구에 접수된 소비자 불만건수를 국가별, 시장별, 원인별, 판매방법별로 분석하는 것으로 EU 회원국별로 데이터 수집 방법의 차이가 있어 국가 간 또는 영역 간 비교에는 어려움이 있는 상황이다. 소비자 안전은 소비자의 제품 구매결정에 중요한 요소이므로 비식품/식품 위해요소 신고건수를 세부 시장별로 분석하고 있으나 회원국별로 안전에 대한 데이터가 소비자 시장 접수계시판의 시장 분류와 상이하어 시장성과지수에 포함하지 못하고 있다.

3. 농식품 소비역량지수 산출방식 개발

3.1. 농식품 소비역량지수의 구성

‘농식품 소비역량지수’는 농식품 부문에 있어서 소비자가 현명하고도 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 갖추어야 할 소비자의 잠재적·실천적 능력과 식품소비환경의 총체로 개념화하였다. 이기춘 외(2007), 배순영 외(2010)의 소비자 역량지수의 개념을 농식품 부문으로 한정하고, 소비자의 능력에 식품소비환경을 추가하였다. 환경적 소비여건이 동일하여도 소비자 자신이 현명하게 소비할 수 있는 역량 수준은 상이할 수 있다는 점에서 소비역량 평가는 공급자 및 소비자 입장에서 총체적으로 평가되어야 할 필요성이 있다. 8, 9

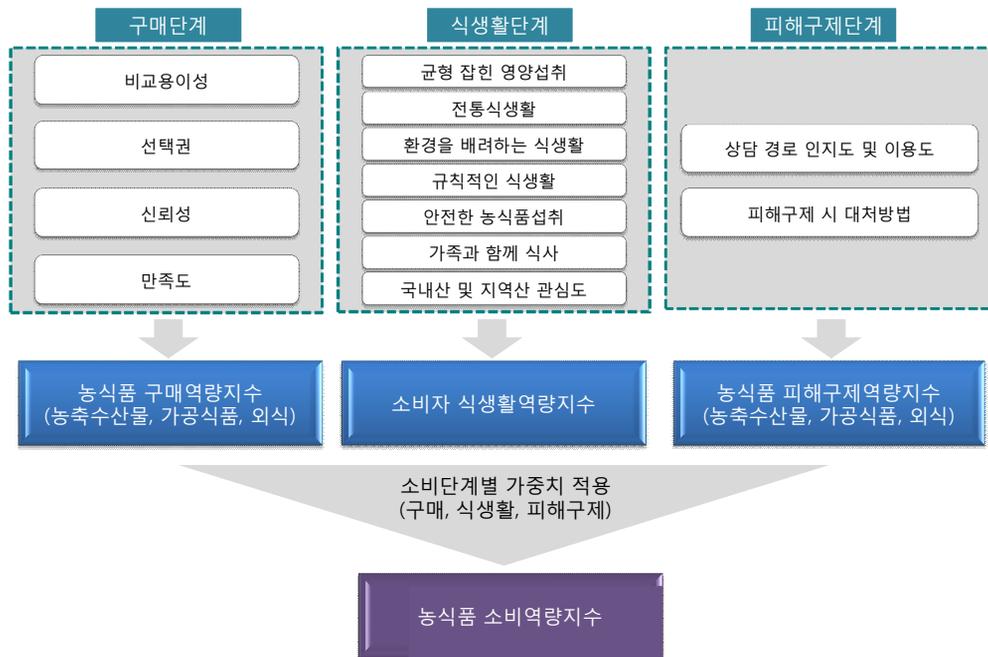
8 농식품 관련 시장 및 정책분야별로 소비자정책 추진성과를 평가하고 향후 중점 정책추진분야를 발굴하기 위해 농식품 시장에서의 소비자역량지수를 평가하는 것에 대해 전문가의 85.4%가 필요하다고 응답하였음(매우 필요=33.3%, 다소 필요=52.1%, 보통=6.3%, 필요 없는 편=8.3%, 전혀 필요 없음=0.0%).

9 전문가 설문조사는 관련 분야 48명을 대상으로 2013년 12월에 이메일을 이용하여 이루어짐. 조사대상자는 분야별로 농업계 전문가(27명)와 비농업계 전문가(21명)로 구분하여 구성되었으며, 소속별로는 학계(30명)와 정부 및 공공기관(18명)으로 구분됨. 주요 조사내용은 일반적인 소비자문제 및 농식품 관련 소비자정책, 농식품 관련 정보 제공·소비자 교육·피해구제, 통계

‘농식품 소비역량지수’의 세부지표는 ‘소비자역량지수’와 ‘소비자시장성과지수’ 등 관련 기존 연구와 EU의 소비자 시장 점수계시판(consumer market scoreboard) 조사항목을 종합적으로 고려하여 구성하였다.

농식품 소비는 농식품에 대한 선택, 구매, 섭취, 영양 및 건강까지 일련의 단계를 거치기 때문에 농식품 소비역량지수의 내용요소를 일차적으로 농식품 소비단계에 따라 구매단계(소비자가 시장에서 농식품을 선택·구입하여 가구와 음식점에 도달하는 과정), 식생활단계(가구 또는 음식점에서 조리·식사·섭취하는 과정), 피해구제단계(구매 이후 농식품 관련 피해구제 과정)로 구분하고, 각 단계별로 소비자의 농식품 구매역량, 식생활역량, 농식품 피해구제역량이라 명명하였다. 농식품 소비역량지수의 구성요소와 산출 절차를 <그림 1>과 같이 요약할 수 있다.

그림 1. 농식품 소비역량지수 산출 절차



및 법률에 대한 평가 및 개선방향, 소비자의 농식품 역량 평가에 대한 필요성 및 가중치 산출과 관련된 항목임.

3.2. 농식품 구매역량지수

농식품 구매역량지수는 소비자가 농식품을 구매하는 시장이 적절히 움직이는가를 측정하는 영역이므로 EU의 시장성과지수를 참고하여 평가요소를 선정하였다. 농식품 구매역량지수는 구성요소 중에서 ①~④번 항목의 4가지 구성요소를 동일한 가중치로 평균하여 산출하였다. 이는 EU의 핵심지표 중 비교용이성, 선택권, 신뢰성, 만족도로 구성하였으며, 한국소비자원의 소비자시장성과지수 중 비교용이성, 신뢰성, 만족도 지표에 선택권을 추가한 형태로 볼 수 있다<표 3>.

농식품부문은 대상 품목의 특성을 감안하여 농축수산물, 가공식품, 외식으로 구분할 수 있으며 농축수산물, 가공식품, 외식 등 시장 부문별로 5가지 구성요소를 통해 농식품 구매역량을 측정하였다.¹⁰

표 3. EU의 시장성과지수와 농식품 구매역량지수 조사문항 비교

구분	EU의 시장성과지수		본 연구의 농식품 구매역량지수	
	구성요소	문항	구성요소	문항
1	비교용이성	다른 재화/서비스를 다른 유통/판매처 및 다른 서비스 제공자와 비교하는 것이 얼마나 어려운지 또는 쉬운지를 0~10 사이의 점수로 표현한다면?	비교용이성	식품을 구매하거나 식당을 선택하거나 음식을 주문하려고 할 때 표시 및 공개된 정보 등을 참고하여 상이한 상품들을 쉽게 비교할 수 있습니까?
2	선택권	재화/서비스 시장에 충분히 다른 공급자/사업자가 있는지를 0~10 사이의 점수로 표현한다면?	선택권	식품을 구매하거나 식당을 선택하거나 음식을 주문하려고 할 때 상품의 생산자, 판매자, 유통업체, 음식점이 충분히 다양하게 있다고 느끼십니까?
3	신뢰성	공급자/사업자가 소비자 보호를 위한 법과 규정을 준수하고 있는지에 대한 신뢰를 0~10 사이의 점수로 표현한다면?	신뢰성	생산자 및 판매자가 소비자 보호와 관련된 법과 규정을 준수하고 있다고 믿으십니까?
4	만족도	지난 기간 동안에 다른 공급자/사업자가 제안한 재화/서비스가 얼마나 기대에 부응했는지를 0~10 사이의 점수로 표현한다면?	만족도	구매했거나 이용한 식품에 대해 가격 수준, 품질, 구매편의성 등 귀하가 기대한 상품 수준을 고려하여 전반적으로 평가해보면 만족하십니까?

주 1) EU의 시장성과지수 중 소비자 문제, 소비자 불만은 농식품 피해구제역량지수에서 비교하고, 상품 전환성은 식품 관련 시장에서 조사하지 않고 있어 본 비교표에서 제외함.

2) 농식품 구매역량지수 관련 문항은 가장 적극적인 경우 10으로 응답함.

¹⁰ 농축수산물과 가공식품은 외식과 대비하여 가정식에 포함되는데, 특성이 상이하므로 이를 반영하여 구분함.

3.3. 농식품 식생활역량지수

소비자의 식생활역량은 소비자가 가정식 또는 외식으로 음식을 조리·섭취·폐기하는 과정에서 건강식생활에 얼마나 근접하는가를 계측하는 지표이다. 건강식생활 구성항목은 ‘녹색 식생활지침’ 등을 참조하여 기본적으로 건강, 환경, 배려의 영역을 포괄하도록 구성하였으며, 영양학자와 식생활 교육자 등의 의견을 수렴하여 선정하였다.¹¹

소비자의 식생활역량은 균형 잡힌 영양섭취, 전통식생활, 환경을 배려하는 식생활, 규칙적인 식생활, 안전한 농식품 섭취, 가족과 함께 식사, 국내산 및 지역산에 대한 관심도 등 7가지 핵심지표로 구성된다<표 4>.

표 4. 소비자 식생활역량지수 조사문항

구분	구성요소	문항
1	균형 잡힌 영양섭취	다양한 채소 및 잡곡을 섭취하는 등 균형 잡힌 영양섭취를 위해 노력하고 있습니까?
2	전통식생활	밥 중심의 전통식생활을 하기 위해 노력하고 있습니까?
3	환경을 배려하는 식생활	음식의 양을 적절히 조리하거나 음식물쓰레기를 분리배출을 위해 노력하는 등 환경을 배려하는 식생활을 위해 노력하고 있습니까?
4	규칙적인 식생활	규칙적인 식생활의 중요성을 인지하고 이를 실천하기 위해 노력하고 있습니까?
5	안전한 농식품 섭취	안전한 농식품을 섭취할 수 있도록 구매, 보관, 조리 단계에서 노력하고 있습니까?
6	가족과 함께 식사	가족과 함께 식사하는 것에 관심을 가지고 이를 실천하기 위해 노력하고 있습니까?
7	국내산 및 지역산 관심도	국내산 및 지역산 농축수산물 및 식품에 관심을 가지고 이를 구입하고자 노력하고 있습니까?

주: 가장 적극적인 경우 10으로 응답함.

¹¹ 국민의 식생활 개선, 전통 식생활 문화의 계승·발전, 농어업 및 식품산업 발전을 도모하고 국민의 삶의 질 향상에 기여함을 목적으로 하는 ‘식생활교육지원법’이 2009년에 제정되면서 동법 22조에 의거하여 환경(식품 생산·유통·소비과정에서 환경오염 최소화), 건강(전통 식생활을 바탕으로 한 한국형 식생활 실천), 배려(농어촌 체험, 조리 체험 등 다양한 식생활 체험을 바탕으로 자연과 농업인 등에게 감사하는 마음 실천) 등을 핵심가치로 지향하는 녹색 식생활 지침이 제정되었음.

‘균형 잡힌 영양섭취’는 다양한 채소 및 잡곡 섭취 여부, ‘전통식생활’은 밥 중심의 식생활 여부, ‘환경을 배려하는 식생활’은 음식의 양 조절 및 음식물 쓰레기 분리배출 여부 등, ‘규칙적인 식생활’은 규칙적 식생활 중요성 인지 및 실천 여부, ‘안전한 농식품 섭취’는 구매·보관·조리 단계에서 안전한 농식품 섭취를 위한 노력 여부, ‘가족과 함께 식사’는 가족과 함께 식사하는 것에 대한 관심도 및 실천 여부, ‘국내산 및 지역산에 대한 관심도’는 국내산 및 지역산에 대한 관심 및 구매 여부에 대해 평가하였다.

3.4. 농식품 피해구제역량지수

농식품 피해구제역량지수는 소비자가 농식품을 구매하는 시장이 적절히 움직이는가를 측정하는 영역이므로 EU의 시장성과지수를 참고하여 평가요소를 선정하였다.

농식품 피해구제역량지수는 농식품을 소비한 이후 소비자 문제나 불만에 대처할 수 있는 능력을 측정하는 것으로 ① 정부기관에서 소비자 의견수렴, 민원처리, 상담, 정책토론 등을 위해 제공하는 경로 및 서비스에 대한 인지도와 경험 여부, ② 농식품 구매 이후 발생하는 문제·피해를 경험 시 대처방법 등을 통해 측정하였다<표 5>. 농식품 피해구제역량지수는 EU의 7가지 핵심지표 중 소비자 문제 및 소비자 불만 항목을 별도로 분리하고 재구성하여 농식품 소비 이후 단계의 역량을 별도로 측정하였다.

표 5. EU의 시장성과지수와 농식품 피해구제역량지수 조사문항 비교

구분	EU의 시장성과지수		본 연구의 농식품 피해구제역량지수	
	구성요소	문항	구성요소	문항
1	소비자 문제	재화/서비스 또는 재화 공급자/사업자와 문제의 원인이 합법적이라고 생각하는 문제를 경험했습니까? 이 문제/문제들 중 하나에 관하여 소비자불만을 제기한 경험이 있습니까?	소비자 피해구제 역량 (피해)	구매하거나 섭취한 식품에서 이물질 혼입, 식중독, 과대광고, 허위표시 등의 문제/피해를 경험할 경우 어떻게 대처할 것 같습니까?
2	소비자 불만		소비자 피해구제 역량 (상담)	정부기관에서 소비자 의견수렴, 민원처리, 상담, 정책토론 등을 위해 다음의 경로 및 서비스를 제공하고 있다는 사실을 알고 계십니까? 또 이용해본 경험이 있습니까?

주 1) EU의 시장성과지수 중 비교용이성, 선택권, 신뢰성, 만족도는 농식품 구매역량지수에서 비교하고, 상품전환성은 식품 관련 시장에서 조사하지 않고 있어 본 비교표에서 제외함.

2) 농식품 피해구제역량지수 중 소비자 피해구제역량은 가장 적극적인 경우 10으로 응답함.

3.5. 부문별 가중치

농식품 구매역량지수와 피해구제역량지수는 시장별 특성이 상이함을 감안하여 농축수산물, 가공식품, 외식시장으로 구분하여 측정하였다. 이를 하나의 지수로 산출하는 방법으로 동일한 비중으로 단순 평균할 수 있고, 지출액 비중이나 중요도를 평가하고 그 결과를 기준으로 가중치를 설정하여 가중 평균할 수 있다. 지출액 비중은 통계청 ‘가계동향조사’ 자료를 이용하여 부문별로 산출할 수 있다. 시장 부문별 중요도는 소비자 및 전문가를 대상으로 설문조사를 통해 직접 응답받은 결과를 토대로 평가할 수 있으며, 전문가 설문조사에서 AHP 기법을 적용하여 중요도를 분석할 수 있다.¹²

단계별로 농식품 구매역량지수, 농식품 식생활역량지수, 농식품 피해구제역량지수를 각각 산출한 후 단순평균하거나 부문별 중요도로 가중평균하여 대표적·종합적인 농식품 소비역량지수를 산출할 수 있다. 소비단계별 상대적 중요도는 시장 부문별 중요도와 마찬가지로 소비자와 전문가를 대상으로 설문조사를 통해 직접 평가할 수 있으며, 전문가 설문조사에서 AHP 기법을 적용하여 중요도를 분석할 수 있다.

소비자와 전문가를 대상으로 설문조사를 실시하여 시장 부문별 중요도를 직접 평가한 결과는 농축수산물, 가공식품, 외식의 순서로 조사된 반면, 농식품 소비 지출액 기준으로는 외식, 가공식품, 농축수산물의 순서로 나타났다. 5가지 대안을 기준으로 가중치의 범위를 산출하면 농축수산물 26~46.5%, 가공식품 28.4~33.7%, 외식 24.6~45.6% 수준이다<표 6>.

표 6. 농식품 소비역량지수의 부문별 가중치

단위: %

구분	시장 부문별 가중치			단계별 가중치		
	농축수산물	가공식품	외식	구매	식생활	피해구제
1 소비자 설문조사	46.5	28.9	24.6	40.5	31.1	28.4
2 전문가 비중 응답	40.0	33.5	26.5	40.1	31.8	28.1
3 전문가 AHP	40.8	33.7	25.5	53.6	28.1	18.3
4 동일 가중치	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3
5 농식품 소비지출액 비중	26.0	28.4	45.6	-	-	-

주: 농식품 소비지출액 비중은 2012년 가계동향조사결과를 이용하여 분석함.

자료: 소비자 설문조사 결과, 전문가 설문조사 결과, ‘가계동향조사’ 자료.

¹² AHP(The Analytic Hierarchy Process) 기법은 1970년대 초 Thomas Satty 교수가 고안하여 발전시킨 의사결정방법으로 평가지표의 우선순위 및 가중치 산출에 있어서 현재 가장 높은 평가를 받고 있으며, Satty. L. Thomas(1980), 박용성(2012) 등을 참고할 수 있음.

농식품 구매단계, 식생활단계, 농식품 구매 이후 사고가 발생했을 때 피해구제 단계로 농식품 소비단계를 구분할 경우 전체 농식품 소비에서 차지하는 중요도를 조사한 결과 소비자는 구매단계(40.5%)가 가장 중요하고, 다음으로 식생활(31.1%), 피해구제(28.4%) 순서로 중요도를 평가하였다. 전문가 설문조사에서도 직접 중요도를 평가한 결과 소비자 평가와 유사하게 구매단계(40.1%), 식생활(31.8%), 피해구제(28.1%)로 조사되었다. 전문가 설문조사 시 AHP 기법을 적용할 경우는 구매단계의 중요도가 53.6%로 크게 증가하는 반면, 피해구제(18.3%) 단계의 중요도가 크게 감소하는 것으로 나타났다<표 6>.

4. 농식품 소비역량지수 계측

농식품 소비역량지수 계측을 위해 2013년 11월 22일부터 12월 6일까지 서울 지역 성인남·녀 516명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 표본은 인구비례 할당추출법에 의해 추출되었으며, 구조화된 설문지를 이용하여 1:1 대면 면접으로 조사하였다. 조사 결과 성별로는 남성 79명(15.3%), 여성 437명(84.7%)이 조사되었으며, 월평균 가구소득은 300만 원 미만이 116명(22.5%), 300만 원~500만 원 미만은 219명(42.4%), 500만 원 이상은 181명(35.1%)이 조사되었다. 연령별로는 30대 이하가 183명(35.5%), 40대는 135명(26.2%), 50대는 140명(27.1%), 60대는 58명(11.2%)이 응답하였으며, 학력별로는 고졸 이하가 259명(50.2%), 대졸 이상이 257명(49.8%)이 응답하였다.

4.1. 농식품 구매역량지수

소비자의 농식품 구매역량은 농축수산물, 가공식품, 외식 등 시장 부문별로 5가지 구성요소(비교용이성, 정보권, 선택권, 신뢰성, 만족도)에 대해 소비자 설문조사를 통해 0~10점으로 평가한 후, 시장 부문별로 5가지 구성요소 평가점수를 평균하여 산출하였다. 농축수산물의 경우 구매역량 구성요소 중 만족도(7.0점)가 가장 높은 반면, 가공식품과 외식은 비교용이성(6.8점, 6.3점)을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났다<표 7>. 농식품 시장의 구매역량 평가는 부문별로 농축수산물이 6.8점으로 가장 높게 평가되었으며, 그 다음으로 가공식품(6.6점), 외식(6.1점) 순으로 나타났다<표 7>.

농식품 구매역량지수는 4개 핵심지표를 통해 분석된 시장 부문별 구매역량 평가에 부문별 가중치를 적용하여 산출하였으며, 농식품 구매역량은 10점을 만점으로 할 경우 6.4~6.6점 수준으로 평가되었다.¹³

표 7. 부문별 농식품 구매역량 평가

단위: 점

구분	구성요소	문항	농축수산물	가공식품	의식
1	비교용이성	상이한 상품 쉽게 비교할 수 있는지	6.8	6.8	6.3
2	선택권	상품, 음식점이 다양한지	6.7	6.6	6.1
3	신뢰성	생산자와 판매자가 법, 규정을 준수하는지	6.8	6.4	5.9
4	만족도	구매한 상품 만족하는지	7.0	6.5	6.1
평균			6.8	6.6	6.1

주: 0~10점 사이의 점수로 평가함.

자료: 소비자 설문조사 결과.

4.2. 소비자의 식생활역량지수

소비자의 식생활역량 평가를 위해 건강한 식생활의 7가지 구성요소(균형 잡힌 영양 섭취, 전통식생활, 환경을 배려하는 식생활, 규칙적인 식생활, 안전한 농식품 섭취, 가족과 함께 식사, 국내산 및 지역산에 대한 관심도)에 대해 소비자 설문조사를 통해 0~10점으로 평가한 후, 구성요소 평가점수를 평균하여 산출하였다.

구성요소별로 ‘환경을 배려하는 식생활’을 위해 노력·실천하는 정도에 대해 10점 만점에 7.5점으로 가장 높게 평가되었으며, 그 다음으로 ‘가족과 함께 식사’, ‘안전한 농식품 섭취’에 대한 노력·실천 정도가 높게 평가되었다. ‘균형 잡힌 영양섭취’, ‘규칙적인 식생활’, ‘국내산 및 지역산 관심도’는 비슷한 수준으로 평가되었으며, ‘전통식생활’에 대한 노력·실천 정도가 가장 낮게 평가되었다. 소비자의 식생활역량지수는 7개 핵심지표에 대해 동일한 가중치를 적용하여 산출할 경우 7.3점으로 계측되었다<표 8>.

¹³ 농식품 구매역량지수 가중치는 소비자 설문조사 적용시 6.6점으로 가장 높고, 농식품 소비지출액 비중을 적용한 결과 6.4점으로 가장 낮게 계측됨.

표 8. 소비자의 식생활역량 평가

단위: 점

구분	구성요소	평균
1	균형 잡힌 영양섭취	7.2
2	전통식생활	7.1
3	환경을 배려하는 식생활	7.5
4	규칙적인 식생활	7.2
5	안전한 농식품 섭취	7.3
6	가족과 함께 식사	7.3
7	국내산 및 지역산 관심도	7.2
	평균	7.3

주: 0~10점 사이의 점수로 평가함.

자료: 소비자 설문조사 결과.

4.3. 농식품 피해구제역량지수

소비자가 농식품 피해구제 발생 시 대처하는 역량을 평가하기 위한 피해구제역량지수는 ‘상담 경로 인지도 및 이용도’, ‘피해구제 시 대처방법’ 등 2가지 구성요소에 대한 소비자 평가 결과를 평균하여 산출하였다.

상담 경로에 대한 인지도 및 이용도’는 설문조사를 통해 상담경로에 대해 어느 정도 알고 있는가와 상담서비스 이용 경험 여부를 종합하여 점수로 환산하였으며, 10점 만점에 인지도는 3.7점, 이용도는 1.8점으로 평균 2.7점으로 평가되었다<표 9>. ‘피해구제 시 대처방법’은 소비자가 구매하거나 섭취한 식품에서 이물질혼입, 식중독, 과대광고, 허위표시 등의 문제/피해를 경험할 경우 대처 수준을 점수로 평가한 결과, 외식 7.3점, 농축수산물과 가공식품이 7.2점으로 평가되었다<표 9>.¹⁴

상담 경로 인지도 및 이용도, 피해구제 시 대처방법을 부문별 가중치를 적용하여 평균한 결과, 농식품 피해구제역량은 5.0점으로 평가되었다.

¹⁴ 상담 경로 인지도에 비해 이용도가 상당히 낮은 것으로 나타났는데 문제 상황이 발생하지 않은 경우 상담 경로를 이용하는 경우가 낮은 것으로 볼 수 있음. 피해가 발생하는 등 문제 상황이 없어도 사전에 대처할 수 있는 방법 등에 관심을 가지고 관련 내용을 숙지함으로써 문제 상황 발생 시 적절히 대응하여 피해를 최소화할 수 있도록 소비자의 관심을 더욱 제고시킬 수 있는 방안이 필요함.

표 9. 소비자의 농식품 피해구제역량 평가

단위: 점

구분	구성요소		농축수산물	가공식품	외식
1	상담 경로	인지도	3.7		
		이용도	1.8		
		평균	2.7		
2	피해구제 시 대처방법		7.2	7.2	7.3
	평균		5.0	5.0	5.0

주 1) 상담 경로 인지도 및 이용도는 인지도와 이용도의 평균 값임. 상담 경로 인지도의 경우 설문조사에서 보기로 제시한 9개의 관련 기관 중 한 곳도 모르는 경우=1, 한 곳만 아는 경우=2, 2곳을 아는 경우=3, 3곳을 아는 경우=4, 4곳을 아는 경우=5, 5곳을 아는 경우=6, 6곳을 아는 경우=7, 7곳을 아는 경우=8, 8곳을 아는 경우=9, 9곳을 아는 경우=10으로 인지도를 환산하며, 이용도 역시 인지도와 마찬가지로 방식으로 계산함.

2) 피해구제 시 대처방법은 ‘구매하거나 섭취한 식품에서 이물질혼입, 식중독, 과대광고, 허위표시 등의 문제/피해를 경험할 경우 어떻게 대처할 것 같습니다?(가장 적극적인 경우 10)’에 대해 응답한 결과임.

자료: 소비자 설문조사 결과.

4.4. 농식품 소비역량지수 산출

농식품 소비역량지수는 계측된 농식품 구매역량지수, 식생활역량지수, 농식품 피해구제역량지수에 앞에서 논의된 각각의 가중치를 적용하여 산출하였다. 농식품 구매역량, 식생활역량, 피해구제역량지수는 각각 약 6.4~6.6점, 7.3점, 5.0점 수준으로 계측되었으며, 대안별로 농식품 소비단계별 가중치를 적용하여 농식품 소비역량지수를 산출한 결과 6.2~6.5점 수준으로 추정되었다. 이상적인 농식품 소비역량수준을 10으로 할 경우 현재의 역량수준은 대략적으로 6.4점 정도 수준인 것으로 평가할 수 있다<표 10>.

표 10. 농식품 소비역량지수 산출 결과

단위: 점

구분	농식품 소비역량지수
1 소비자 설문조사	6.3
2 전문가 비중 응답	6.3
3 전문가 AHP	6.5
4 동일 가중치	6.2

주: 농식품 소비지출액 비중은 2012년 가계동향조사결과를 이용하여 분석함.

자료: 소비자 설문조사 결과, 전문가 설문조사 결과, ‘가계동향조사’ 자료.

5. 결론

이 연구에서는 ‘농식품 소비역량지수’를 개발하고, 소비자설문조사를 통해 농식품 전체와 분야별 소비역량지수를 계측하였다. 농식품 소비단계에 따라 각 단계별로 농식품 소비역량지수를 농식품 구매역량, 식생활역량, 피해구제역량으로 구분하여 산출한 결과 각각 약 6.4~6.6점, 7.3점, 5.0점 수준으로 계측되었으며, 소비단계별 가중치를 적용하여 산출한 농식품 소비역량지수는 6.2~6.5점 수준으로 나타났다.¹⁵

농식품 소비역량지수는 농식품 부문에서 소비자역량과 소비자의 시장성과평가를 종합적으로 판정할 수 있는 지표로서 의미를 가진다. 농식품 부문에서는 평가지표에 대한 개발이 시도되지 않은 상황으로 농식품 소비역량지수 분석의 기초를 마련했다는 데 이 연구의 의의가 있다.

농식품 소비역량지수는 긍정적으로 평가할 수 있는 7점에 다소 못미치는 수준으로 분석되었으며, 향후 지속적인 평가를 통해 추세 파악이 가능할 경우 농식품 소비정책의 효과 분석이 가능할 수 있다. 부문별로는 식생활역량이 가장 크게 계측된 반면, 피해구제역량이 가장 낮은 점수로 평가되어 농식품 소비정책에서 피해구제부문 정책이 보다 강화될 필요가 있음을 시사한다. 농식품의 효율적 민원상담을 위해 민원통로를 통합하고, 피해소통창구로서 식품 관련 상담전화를 하나의 번호로 일원화하는 방안을 검토할 필요가 있다.

이 연구를 기초로 향후 구성요소별 가중치 산정에 대한 분석과 단계별 지표 구성에 대한 심층적인 논의 등을 통해 농식품 소비역량지수 산정방식이 확정되고, 농식품 소비정책 평가지표로 지속적인 계측이 이루어져야 할 것이다. 농식품 소비역량지수는 소비자의 인식에 기반한 부분이 많아 다소 과대평가될 수 있다는 한계점이 있으나, 지속적으로 계측한다면 소비역량의 변화를 살펴봄으로써 의의가 높아질 것으로 기대된다. 연령별, 성별, 교육수준별, 소득수준별로 농식품 소비역량 수준에 차이가 있을 가능성이 있으므로 후속 연구를 통해 계층별 농식품 소비역량을 평가하고, 계층별 농식품 소비정책 수립 및 활용에도 도움이 될 수 있을 것이다.

소비자정책의 궁극적인 목표는 소비자역량 강화를 통해 소비자기본권을 보장하는

¹⁵ EU의 2012년 시장점수계시판의 경우 전체 시장 기준으로 77.5점(100점 만점)으로 나타났으며, 전체 시장과 비교할 때 시장별로 비알콜음료, 빵/시리얼/밥/파스타, 유제품, 주류는 평균 이상으로, 과일/야채, 육류/육가공 시장은 평균 이하로 평가됨. 배순영 외(2010)는 소비자역량을 61.5점(100점 만점)으로 평가한 것을 참고할 수 있으나 단순 비교에 있어서는 신중해야 함.

데 있다. 농식품 소비자정책도 궁극적으로 농식품 분야에서 소비자의 권리를 강화함으로써 소비자의 권익을 증진시키고 소비생활을 향상하는 데 역점을 두어야 할 것이다. 농식품 분야 소비자정책의 세부목표를 구체화함으로써 제도 개선과 정책 개발에 활용될 것이며, 주체별 역할 분담을 통한 효율적 추진체계 운용에 많은 참고가 될 것이다. 이 연구를 바탕으로 실행된 정책이 궁극적으로 소비자의 농식품정책에 대한 만족도 및 신뢰도를 제고시키고, 건강하고 현명한 소비를 유도하여 국내 농식품 부문의 동반 성장을 유인할 수 있기를 기대한다.

참고 문헌

- 박용성. 2012. 「AHP에 의한 의사결정」. 교우사.
- 배순영, 천현진. 2010. 「2010 소비자역량의 측정 및 평가」. 한국소비자원.
- 손상희, 김경자, 나종연, 최신애. 2010. “녹색소비역량의 구성체계와 측정지표에 관한 연구.” 「소비자정책교육연구」 제 6권 제3호. pp. 95-119. 한국소비자정책교육학회.
- 송순영. 2010. 「녹색소비역량 평가 조사」. 정책연구 10-13. 한국소비자원.
- 이계업, 박기환, 황윤재, 반현정, 진현정, 제철웅, 임지연. 2014. 「농식품 소비자정책의 추진방향과 정책과제」. C2014-3. 한국농촌경제연구원.
- 이기춘, 양세정, 천경희, 김소라, 권혜진(한국소비자 교육지원센터). 2007. 「소비자역량지수 개발 및 산출연구」. 공정거래위원회 연구보고서.
- 진현진(한국농림협회컨설팅). 2012. 「농식품분야 소비자정책 만족도 지수개발 및 운영」. 농식품부.
- 허민영, 나광식, 윤민섭. 2013. 「2013 한국의 소비자시장평가지표-시범조사-」. 정책 13-02. 한국소비자원.
- 황정선. 2007. “소비자 기본권리 보장과 역량 제고가 소비자정책 선진화에 미치는 영향에 관한 연구.” 한양대학교 박사 학위 논문.
- EU. 2012. Consumer Market Scoreboard.
- Saaty. L Thomas. 1980. “The Analytic Hierarchy Process.” New York, MacGraw-Hill.
- 木下榮藏 (편저). 2000; 강진규, 민병찬 (옮김). 2008. 「AHP의 이론과 실제」. 인터비전.

원고 접수일: 2014년 07월 16일
원고 심사일: 2014년 07월 22일
심사 완료일: 2014년 09월 15일