

## 공산품 안전인증에 대한 소비자 태도, 공산품 안전인증 효과에 대한 소비자인식, 공산품안전인증에 대한 소비자 신뢰 분석

홍상진\* · 여정희\*\* · 허경옥\*\*\* · 한승수\*\*\*\*

본 연구에서는 소비자의 공산품안전인증 필요성에 대한 태도, 공산품안전인증 효과에 대한 소비자인식, 공산품 안전인증에 대한 소비자신뢰도가 소비자의 인구통계학적 특성에 따라 어떠한 차이가 있는지를 분산분석과 t검증을 통해 확인하였다. t검증과 분산분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 공산품안전인증의 필요성에 대한 소비자태도는 남성, 40대, 기혼, 본인 소득이 200만원을 초과하는 경우 긍정적인 것으로 나타났다. 둘째, 40대 소비자, 서울수도권 거주 소비자의 경우 공산품 안전인증제도의 효과에 대한 인식 수준이 높은 것으로 나타났다. 셋째, 공산품안전인증에 대한 소비자 신뢰도는 남성, 대학원이상 고학력자, 취업자, 20대와 50대, 본인 월평균소득이 가장 높은 집단의 경우 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

본 연구 결과를 정리·종합할 때 대체로 남성, 고연령층 소비자, 소득수준이 높은 경우 공산품 안전인증에 대해 대체로 긍정적인 입장을 알 수 있었다. 다시 말해, 여성, 젊은층, 소득 수준이 낮은 소비자들은 대상으로 공산품 안전인증에 대한 인식 개선, 홍보, 각종 교육 등이 필요하다고 하겠다.

주요어: 공산품안전, 공산품안전인증, 공산품 안전인증 소비자태도, 공산품안전인증 효과, 공산품안전제도 소비자 신뢰

### 1. 서론

공산품은 대량 생산·유통되고 있어 소비자가 쉽게 제품을 구입하고 사용하기 때문에 일단 생산·유통되고 나면 위해발생시 파급 효과가 크고 또한 위해발생을 저지하는 것이 쉽지 않다. 공산품은 사용

과정에서의 소비자부주의 뿐만 아니라 제조업자 및 유통업자의 불량제품 생산·유통 등으로 인한 많은 문제가 발생하고 있다. 따라서 정부에서는 공산품 품질과 안전관리를 위해 기업규제, 즉 공산품 안전 인증제도를 운영해 오고 있으며, 정부의 공산품 안전인증 제도를 소비자안전을 확보하는 정부의 정책 수단으로 활용되고 있다(국가기술표준원, 2006; 2007a).

\* 명지대학교 전기공학과 교수 (samhong@mju.ac.kr), 주저자

\*\* 인하대학교 소비자학과 교수 (jhyeo@inha.ac.kr), 교신저자

\*\*\* 성신여자대학교 소비자생활문화산업학과 교수 (kohuh@sungshin.ac.kr)

\*\*\*\* 명지대학교 정보통신공학과 교수 (shan@mju.ac.kr)

공산품안전관리는 공산품을 취급하거나 사용하면서 발생하는 소비자의 생명·신체에 대한 위해, 재산상의 피해, 자연환경 훼손을 방지하기 위한 공산품 제조자(생산조립 및 가공), 수입업자, 판매자 등을 대상으로 관리하는 활동을 말한다.

최근 가슴기 살균제 사망사건, 가구로 인한 소비자의 신체적 피해, 라돈 침대사건 등 안전치 못한 공산품으로 인한 소비자피해가 자주 발생하면서 공산품 안전관리에 대한 소비자 및 사회의 요구가 높아지고 있다. 공산품 규제의 목적은 안전하고 품질 좋은 공산품이 생산·유통 되도록 하여 공산품으로 인한 소비자문제를 최소화하고, 궁극적으로는 소비자의 삶의 질을 향상시키는 데 있다(허경옥, 천경희, 최병록, 황혜선, 2015). 그러나 공산품안전 인증제도에 대한 소비자수요, 소비자태도 효과에 대한 평가 소비자 관점의 연구조사가 충분히 수행된 바 없다.

따라서 본 연구에서는 소비자의 공산품 안전인증의 필요성에 대한 소비자 태도, 공산품 안전인증의 효과에 대한 소비자인식, 공산품 안전인증에 대한 소비자 신뢰도가 소비자의 인구·통계적 특성에 따라 그 차이를 조사하였다. 즉 소비자의 공산품안전 인증의 필요성에 대한 소비자태도, 공산품 안전인증의 효과에 대한 소비자인식, 공산품안전제도에 대한 소비자신뢰가 소비자들의 성별, 연령, 결혼 여부, 거주지, 소득수준 등에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 조사하였다.

본 연구는 공산품안전인증 제도의 발전 방안을 모색하는데 기초정보를 제공할 수 있다. 특히 소비자 관점에서 소비자 눈높이에서 공산품 안전인증 제도의 개선, 홍보, 각종 인지도를 높이기 위한 전략 마련에 기초정보를 제공할 수 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 공산품안전관리 제도 및 규제

기업의 자율적 안전관리 안전정보의 불완전성 등 다양한 요인으로 시장실패가 발생하는 상황에서 정부는 각종 안전법 제도, 안전규제정책을 통해 소비자에게 공산품의 위험에 관한 정보를 제공하고, 안전성을 갖춘 공산품이 생산·유통되도록 안전인증 제도를 운영하고 있다(김주찬, 이해영, 이민창, 2009). 소비자는 여러 이유로 공산품의 위험성에 대해 충분히 알기 어려울 수 있으며, 공산품으로 인해 위험한 상태에 처하기도 한다. 따라서 정부가 시장에 개입하여 공산품안전 관련 소비자 권익 보호, 안전하고 품질을 갖춘 공산품의 생산·유통, 안전품질 제품의 선택을 유도하는 안전인증 제도 운영 등을 실행하고 있다.

정부의 공산품안전관리 수단은 명령 지시적 안전관리 제도와 교육, 권고 등 자율 안전관리 제도로 구분할 수 있다. 다시 말해, 정부의 개입정도 및 강제력의 크기에 따라 명령 지시적 안전관리 제도는 법적 규정이나 행정명령 등에 기초하여 정부가 강제로 안전관리를 명령·행사하는 수단으로 사회적 안전가치 실현을 위해 직접적으로 행위 금지 또는 제한하는 방법이다. 그러나 이 방법은 지나친 법규 중심 규제운영으로 비합리성이 나타날 수 있다(최무현, 2007). 한편 자율안전관리 방식은 유연성이 높고 자발적 규제를 가능하게 한다. 자율규제란 기업이 자체적으로 안전관리를 시행하는 것을 말하며, 기업이 효율적으로 운영할 경우 명령 지시적 안전관리에 비하여 전문성, 효율성 효과적 측면에서 유리할 수 있다(최성락, 이해영, 서재호, 2007).

## 2. 공산품 안전인증제도

인증이란 시험 또는 심사를 통해 제품의 적합성 또는 품질에 대하여 중립·독립 지정된 제3 기관의 평가에 의해 제품의 안전성과 적합성을 사전 확보하는 것이다. 안전인증이란 제품이 표준·안전기준에 적합함을 조사 후 그 안전성을 증명하는 제도이다.

산업자원통상부 소관 공산품 관련 법정인증 제도는 32개로 약 134개 기관이 인증기관(중복 포함 및 운영평가기관 포함)으로 참여하고 있으며<sup>1)</sup> 이중 법정무인증은 14개, 법정임의인증은 18개이다.<sup>2)</sup> 제품안전인증 제도는 시장 출시 되기 전에 공장심사 형태로 제품의 안전성을 검사·확보하기 위한 제도이다. 정부가 미리 준비해 둔 안전기준에 적합하지 못한 공산품의 생산·판매를 금지하는 것으로 주로 식품, 의약품, 화장품, 의료기구, 완구류, 전기용품 등에 흔히 활용한다.

그런데 여기서 안전기준 설정수준, 즉 의무적 안전성 확보 수준이 어느 정도 인가가 중요한 이슈가 된다. 예를 들면, 발암물질 또는 중금속의 함유를 절대 금지 할 것인지 아니면 절대 금지 수준은 아니나 이를 어느 정도 제한할 경우 어느 수준까지 제한할 것인지의 정책적 의사결정이 중요하고 또한 결정은 다소 어려울 수 있다. 소비자를 우선할 것이냐, 경제성을 중시할 것인가, 기업의 기술적 수준을 우선시할 것인가 등 안전기준 설정은 다양한 고려 요인에 따라 달라질 수 있다. 또한 급변하는 시장환경과 융복합 기술공산품이 출시되는 상황에서 안전기준의 설정 자체가 어렵거나 복잡한 경우가 많다. 게다가

사전적 안전기준 설정을 통한 안전관리는 많은 행정적 사회비용을 요구한다.

한편, 사전 안전관리제도를 보완할 수 있는 수단이 사후 안전관리제도인데, 공산품이 시장에 출시된 이후 안전한 공산품이 유통되고 있는가에 대한 시장 감시 수단이다. 공산품출시 이후 사후단계의 안전관리를 말한다. 사후안전관리는 급변하는 시장환경에 보다 적합한 안전관리 방법으로서 최근 사전관리보다 사후관리 중점의 안전관리 정책의 중요성이 더욱 부각되고 있다(홍지현, 김유정, 김숙, 2018). 보통 공산품 유통에 대한 모니터링 체계를 갖추고 사전 인증된 공산품이 아닌 제품의 불법 유통, 사전인증 제품이나 유통되는 공산품이 인증조건을 충족시키지 못하는 경우, 위험한 제품이 유통될 경우 적합하고 신속한 사후 안전규제 조치를 취하는 것이다.

## 3. 안전인증에 대한 소비자인지 및 신뢰도

국내 공산품안전 인증제도는 국가에서 강제적으로 시행하는 법정 의무인증제도와 법정임의 인증제도, 민간인증 제도로 나눌 수 있다. 법정강제인증은 KC마크가 대표적이며, 이 외에도 환경마크, 에너지 절약, 신기술 인증 등 정책적으로 특정 목적의 달성을 위해 시행되는 인증이 있다. 법정임의인증으로는 KS인증이 가장 대표적이다. 반면 민간인증은 민간 기관의 자체사업으로 시행되는 인증으로 Q마크, 공기청정마크 등 매우 많이 존재하고 있다.

국내시장에서 소비자들은 KC인증, KS인증, 각종 인증 등이 많이 존재하고 있어 소비자가 기억해야

1) 민간시장 성숙으로 정부인증 필요성을 상실하였거나, 민간자율 인증인 신뢰성 인증, 품질경영(ISO 9001)·환경경영(ISO 14001) 인증 등의 인증기관 제외시 45개 기관이 인증기관(운영평가기관 포함)으로 참여하고 있고 이 중 중복되는 인증기관 제외시 총 31개의 기관이 법정 인증제도를 운영하고 있다.

2) 산업부 소관 32개의 법정인증 중 법정 임의인증은 제품인증 11개, 시스템인증 4개, 기술인증 3개로 총 18개 이다.

하는 인증 마크가 너무 많다고 할 수 있다. 임의인증 마크의 소비자신뢰도를 조사한 강병구(2010)의 연구에 따르면 소비자들은 KS마크를 가장 신뢰하고 있고, 다음 순서로 GOOD DESIGN 마크, HACCP, Q 마크, 친환경농산물인증마크, CE 마크, 전 마크였다. 그러나 법정무인인증 마크인 KC 마크 관련 소비자의 56%가 이해하지 못하는 것으로 나타났고, 64%는 KS 마크와 KC 마크의 차이를 모르는 것으로 나타났다. 결국 너무 많은 다양한 인증마크 속에서 인증의 경쟁력이 낮고 국내 인증시장이 매우 혼탁하여 소비자들의 인증에 대한 부정인식 및 불신에 대한 문제를 심각히 받아들여야 함을 알 수 있다.

특히 최근 인증제도의 소비자인지도와 소비자신뢰도가 매우 낮아 제도 자체가 한계에 직면하고 있다. 예를 들면 법정 안전인증제도가 수시로 변경·운영됨으로써 소비자의 인지도와 신뢰도가 따라가지 못한 상황이 계속되고 있다. 소비자 입장에서는 안전인증의 종류가 많아 구별하기 쉽지 않고 유사한 인증이 많아 혼란스러워 하고 있다(허경옥 외, 2015). 안전 인증제도의 인지도와 신뢰도를 제고하기 위하여 지속적인 교육 및 홍보를 강화할 필요가 있다.

지금까지 국내 인증제도는 기업과 소비자의 자발적 요구에 따라 개발된 것이 아니라 정부 주도의 진행에 근거하여 측면이 크고, 각종 인증제도가 확산되고 있으나 인증제도에 대한 소비자의 인식이 낮고 안전 인증제도의 비용을 발생시키므로 안전 인증제도의 성과나 효과에 대한 소비자 관점의 분석이 필요한 실정이다.

소비자의 의식향상 및 행동변화, 산업환경의 변화, 글로벌화 속에서 소비자 입장에서 공산품 안전인증제도에 대한 관심, 신뢰도 등을 토대로 안전인증제도의 개선이 요구되고 있다. 소비자 전문가들은 현행 인증제도가 기업이나 산업 중심으로 추진되면서

소비자의 목소리 반영 및 권익보호가 미흡한 부분이 있다고 지적하고 있다. 기업경쟁력과 소비자안전을 조화롭게 달성할 수 있는 안전인증제도 개선이 시급하다(남지영, 이재학, 2018).

현대의 소비시장에서는 소비자의견을 고려하지 않고 제품출시 및 판매성공이 이루어질 수 없으므로 공산품안전표준 정책이 소비자의 입장을 충분히 반영하여야 안전인증제도의 경쟁력 강화로 이어질 수 있다. 소비자의 공산품안전 인증에 대한 신뢰가 안전인증제도의 생존에 가장 큰 영향을 미치기 때문이다. 소비자의 목소리가 반영되는 안전인증제도, 소비자를 중심으로 하는 안전인증제도 체제, 그리고 기업의 자율적 안전관리체제로의 전환이 시급하다.

곽순진, 김광수(2015)는 제품표준이 인증에 대한 소비자 만족도에 미치는 영향 연구에서 표준의 활성화를 위해서는 국내·외 관련 안전기준에 대한 충분한 조사 분석, 안전수준에 대한 정기적이고 수시적인 추가 검토가 필요하고 제품표준의 제·개정을 위한 절차의 명문화 및 체계화가 공산품 안전 확보를 위하여 필수적이라고 주장하였다. 최근 정부가 KS 인증제도 개편을 추진하면서 복수의 인증기관을 인정하였고 그 결과 인증제도 자체가 부실해 지고 있다는 지적이 계속되고 있다. 인증기관에서 인증시험이나 컨설팅이 수익이 되면서 철저하고 까다로운 시험이나 인증과정을 거치지 않기 때문이다. 따라서 형식적인 인증제도, 미약한 처벌, 부실한 관리, 불필요한 비용투자의 악순환을 끊기 위해서 안전인증제도의 소비자기향성 확보가 필수적이다. 박미영, 조희숙(2009)은 공산품 안전관리 체계에 대한 중요성이 점차 높아지고 있으며, 공산품안전관리 모니터링 센터를 중심으로 공산품안전관리정책 네트워크 구축, 안전모니터링단의 협력 관계 유지, 시민사회의 시장감시 활동이 필요하다고 주장하였다.

### III. 연구문제 및 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구에서는 소비자의 공산품안전인증에 대한 태도, 공산품안전인증 효과에 대한 소비자인식, 공산품안전인증에 대한 소비자신뢰도가 소비자의 인구통계학적 특성에 따라 차이가 있는지를 분석하였다.

#### 2. 연구 자료수집

본 연구는 서울 및 수도권 그리고 그 외 지방지역에 거주 성인 소비자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 소비자의 기초적인 인구·통계학적 특성, 공산품 안전인증 필요성에 대한 소비자태도, 공산품 안전인증 효과에 대한 소비자인식, 공산품안전인증에 대한 소비자신뢰 등의 질문으로 구성하였다. 예비조사는 2015년 1개월 간 30명을 대상으로 실시한 이후, 예비조사 결과를 분석하여 설문지 질문 등을 수정·보완하였다. 2015년 8월 한 달 간 450명을 대상으로 본 조사를 수정하였다. 최종

적으로 부실기재된 것을 제외하고 400부를 분석자료로 사용하였다.

#### 3. 변수측정 방법

본 연구에서 사용한 변수방법 측정방법을 구체적으로 살펴보면 소비자의 공산품 안전인증에 대한 소비자태도는 5점 리커트 척도, 3개 질문으로 조사하였다. 3개 질문항의 내적 타당도를 조사한 결과 Cronbach 알파값이 .69로 나타나 신뢰할 만 하였다. 또한 공산품안전인증 효과에 대한 소비자인식은 2개, 5점 척도로 측정하였고 내적타당도는 .79로 나타나 수용할 만 하다고 하겠다. 끝으로, 공산품안전인증에 대한 소비자신뢰는 3개 질문(5점 리커트 척도)으로 측정하였다. 3개 질문의 내적 타당도 조사를 실시한 결과 0.65로 나타나 적절하다고 하겠다.

#### 4. 통계분석방법

본 연구에서 사용한 통계 프로그램은 SPSS(version 22.0)이다. 소비자의 공산품안전인증에 대한 소비자태도, 공산품안전인증 효과에 대한 소비자인식, 공

〈표 1〉 측정변수들의 질문, 기초통계분석, 내적타당도 조사 결과

소비자 특성	질문	평균	Cronbach's α
공산품안전인증 필요성 소비자태도	공산품은 안전한 제품인지를 안전인증마크를 통해 확인해야 한다.	3.95	.69
	공산품 안전인증 제도는 소비자에게 중요하다.	4.18	
	정부의 강제적 안전인증 제도가 필요하다.	3.97	
공산품안전인증 효과 소비자인식	공산품안전 인증마크는 제품안전확보를 위한 효율적인 수단이다.	3.58	.79
	안전인증제도는 안전확보에 매우 결정적 효능을 가지고 있다.	3.20	
공산품안전인증 소비자신뢰	우리나라에서 안전인증마크는 너무 많다.*	3.79	.65
	우리나라의 안전인증마크 제도는 기업친화적이다.*	3.61	
	사업자 스스로의 공산품안전인증심사를 믿을 수 없다.*	4.07	

참조: \* 3개 질문은 이후 차이검증분석에서는 역코딩하여 점수가 높을수록 신뢰도가 높은 것으로 처리함

산품 안전인증에 대한 소비자신뢰도가 소비자의 인구통계학적 특성에 따라 차이가 있는지의 여부를 검증하기 위해 평균값의 차이검증 방법인 t-test, 분산분석(Oneway-ANOVA)을 수행하였다. 분산분석 결과 소비자 집단별 차이가 나타난 경우 집단간 세부적 차이를 확인하기 위해 사후검증방법인 Duncan 분석을 수행하였다.

#### IV. 연구결과 및 해석

##### 1. 공산품안전인증 필요성에 대한 소비자태도의 차이 검증

본 연구를 위해 전국지역 거주 성인 소비자 400명을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 설문조사 data를 분석하였다. 공산품 안전인증 필요성에 대한 소비자태도가 소비자의 여러 다양한 인구통계학적 특성에 따라 유의하게 집단 차이가 있는지의 여부를 확인하기 위해 t검증과 분산분석(ANOVA)을 실행하였다. 그 검증결과는 <표 2>와 같다.

분석결과를 살펴보면 공산품 안전인증 필요성에 대한 소비자태도는 <표 2>에 제시한 바와 같이 성별, 연령, 결혼여부, 본인 소득에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 남성, 40대, 기혼 소비자, 본인 소득이 월 평균 200만원을 초과하는 소비자의 경우 공산품 안전인증제도의 필요성 인식에서 긍정적인 것으로 나타났다. 즉 여성, 40대가 아닌 경우, 미혼, 본인 소득이 가장 낮은 200만원 이하인 경우 공산품 안전인증제도의 필요성에 대한 인식이 상대적으로 긍정적이지 않음을 알 수 있다.

<표 2> 공산품안전인증 필요성에 대한 소비자태도의 차이 검증 결과

변수	구 분	공산품 안전인증 제도 필요성 소비자태도		
		평균 수치	t/F	Duncan 검증
성별	여성	7.13	-2.55**	
	남성	7.58		
학력	고졸	7.37	.03	
	대졸	7.41		
	대학원	7.38		
연령	20대이하	7.12	2.26*	a
	30대	7.32		ab
	40대	7.62		b
	50대 이상	7.48		ab
결혼 여부	기혼	7.62	2.37**	
	미혼	7.05		
취업 여부	취업	7.41	.21	
	미취업	7.38		
거주지	서울수도권	7.33	-1.37	
	비서울수도권	7.52		
개인 소득	200만원 이하	6.51	4.60**	a
	201~400만원 사이	7.59		b
	401~600만원 사이	7.45		b
	601만원 이상	7.38		b

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

참고: 다른 문자로 표시된 집단 간에는 통계적으로 차이가 있음을 말한다.

참고: 점수가 높게 코팅된 경우 긍정적

##### 2. 공산품안전인증 효과에 대한 소비자 인식의 차이 검증

공산품안전인증의 효과에 대한 소비자인식의 차이를 검증한 결과는 <표 3>에 제시하였는데 분석결과 연령과 거주지에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적인 차이를 살펴보면 40대 소비자, 서울수도권 거주 소비자의 경우 공산품 안전인증의 효과를 높다고 평가하고 있는 것으로 밝혀졌다.

〈표 3〉 공산품안전인증 효과에 대한 소비자인식 차이검증 결과

변수	구 분	공산품 안전인증 효과 소비자인식		
		평균 수치	t/F	Duncan
성별	여성	7.03	1.48	
	남성	6.82		
학력	고졸	6.95	.13	
	대졸	6.94		
	대학원	6.82		
연령	20대이하	7.00	1.99*	ab
	30대	6.95		ab
	40대	7.11		b
	50대 이상	6.67		a
결혼 여부	기혼	6.90	-.54	
	미혼	6.99		
취업 여부	취업	6.89	-.94	
	미취업	7.04		
거주지	서울수도권	7.04	2.04*	
	비서울수도권	6.74		
개인 소득	200만원 이하	6.70	.61	
	201~400만원 사이	7.00		
	401~600만원 사이	7.00		
	601만원 이상	6.83		

### 3. 공산품안전인증에 대한 소비자신뢰도의 차이 검증

공산품안전인증에 대한 소비신뢰도의 차이를 검증하였고 그 결과는 〈표 4〉에 제시하였다. 구체적으로 결과를 살펴보면 성별, 학력, 취업여부, 개인 소득에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 드러났다. 구체적으로 살펴보면 남성, 대학원이상 고학력자, 취업자, 20대와 50대, 본인 월평균소득이 가장 높은 집단(600만원 초과)의 경우 상대적으로 공산품안전인증에 대한 신뢰도 수준이 보다 높은 것으로 나타났다. 다시 말해, 여성, 고졸이나 대졸 학력자, 비취업자, 30대와 40대, 본인 월평균소득이 가장

낮은 집단(200만원 이하)의 경우 공산품 안전인증에 대한 소비자신뢰도 수준이 낮다고 하겠다.

〈표 4〉 공산품 안전인증에 대한 소비자신뢰도의 차이검증 결과

변수	구 분	공산품안전 인증 소비자 신뢰		
		평균 수치	t/F	Duncan
성별	여성	6.70	-3.25***	
	남성	7.56		
학력	고졸	6.93	4.21**	a
	대졸	7.02		ab
	대학원	7.91		b
연령	20대이하	7.50	1.98*	b
	30대	6.74		a
	40대	7.01		a
	50대 이상	7.58		b
결혼 여부	기혼	7.18	.52	
	미혼	7.03		
취업 여부	취업	6.97	-2.02*	
	미취업	7.78		
거주지	서울수도권	7.01	-1.21	
	비서울수도권	7.35		
개인 소득	200만원 이하	6.51	5.43***	a
	201~400만원 사이	7.17		b
	401~600만원 사이	7.38		b
	601만원 이상	8.62		c

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 공산품 안전인증 필요성에 대한 태도, 공산품 안전인증 효과에 대한 소비자인식, 공산품 안전인증에 대한 소비자신뢰가 소비자의 인구·통계학적 특성에 따라 차이가 있는지의 여부를 확인하였다. 본 연구에서 밝혀진 주요 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 소비자의 공산품안전인증 필요성에 대한 소비자 태도는 성별, 연령, 결혼여부, 본인소득에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 구체적으로 남성, 40대, 기혼, 개인소득이 200만원을 초과하는 경우 공산품안전인증의 필요성에 대한 소비자태도가 긍정적인 것으로 나타났다. 즉 여성, 40대가 아닌 경우, 미혼, 개인 소득이 가장 낮은 200만원 이하 가계의 경우 공산품안전인증의 필요성에 대한 소비자태도가 부정적임을 알 수 있다. 따라서 이들을 대상으로 공산품, 안전인증에 대한 중요성을 알릴 수 있는 홍보, 정보제공 등의 전략이 필요하다고 하겠다.

둘째, 공산품안전인증의 효과에 대한 소비자인식의 차이를 검증한 결과 40대, 서울수도권 거주 소비자자의 경우 공산품 안전인증의 효과를 높다고 평가하고 있는 것으로 드러났다. 공산품안전 인증의 효과에 대한 경제적 분석 및 주요 정보를 20대~30대, 50대 이상 소비자와 지방지역 거주자들에게 충분히 제공하고 홍보 및 교육이 필요하다고 하겠다.

셋째, 공산품안전인증에 대한 소비자신뢰도는 남성, 대학원이상 고학력자, 취업소비자, 20대와 50대, 본인 월평균소득이 가장 높은 600만원 초과 소비자집단의 경우 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 반면, 여성, 고졸이나 대졸 학력자, 비취업자, 30대와 40대, 본인 월평균소득이 가장 낮은 소비자집단(200만원 이하)의 경우 공산품안전에 대한 신뢰도 수준이 낮은 것으로 나타났다. 결국 소비자신뢰 수준이 낮은 이들을 대상으로 공산품안전 인증에 대한 신뢰도를 높일 수 있는 다양한 전략 및 프로그램이 필요하다고 하겠다.

본 연구는 공산품안전인증에 대한 소비자 대상 조사가 거의 찾아보기 힘든 상황에서 전국에 거주하는 성인 소비자들을 대상으로 실증조사를 수행하였다는 점에서 의미가 있다고 평가 하겠다. 본 연구의 수행

을 시작으로 공산품안전인증 관련 연구가 활성화되기를 기대한다.

## 참고문헌

- 곽순진, 김광수(2015). 제품표준이 인증의 만족도에 미치는 영향과 개선방안에 관한 연구: A업체의 유아용 캐리어를 중심으로. 한국품질경영학회 추계학술발표논문집. 364-365.
- 국가기술표준원(2007). KS 인증제도 실태 및 개선요구 조사.
- 국가기술표준원(2008). KS 인증의 세계화·고품질화 방안 연구결과 보고서.
- 김동열(2014). 현안과 과제, 안전의식 실태와 정책 과제. 현대경제연구원, 14(40).
- 김주찬, 이해영, 이민창(2009). 안전관리규제 수준에 관한 실증적 연구: 공산품 안전관리지표를 중심으로. 한국공공관리학보, 23(2), 127-152.
- 김창남, 유한주(2009). 소비자의 안전만족도 향상을 위한 효과적인 경고표시 방법연구 -에초기 경고표시 사례를 중심으로. 한국품질경영학회 추계학술발표논문집. 136-146.
- 김창남, 유한주(2010). 경고표시 인지정도가 소비자행동에 미치는 영향 연구, 품질경영학회지, 38(3), 322-332.
- 남지영, 이재학(2018). 국내 인증제도 발전방향을 위한 연구. 표준과 표준화연구, 8(3), 1-10.
- 박미영, 조희숙(2009). 유아교사의 안전환경 관리 정도 및 안전교육 실천 정도에 따른 안전사고 발생과의 차이. 교사교육연구, 48(2), 1-19.
- 이의선(2006). 공산품안전관리체제에 대한 연구. 숙명여자대학교. 석사학위 논문.
- 최무현(2014). 현행 규제등록제도의 문제점과 개선방안: 미등록 규제를 중심으로. 자치발전, 5, 49-57.



최성락, 이해영, 서재호(2007). 한국의 자율규제의 특성에 관한 연구: 자율규제 유형화를 중심으로. 한국행정학회 춘계학술발표논문집, 1-16.

최은실(2008). 소비자법의 주요 현안 : 소비자집단분쟁 조정제도의 현황과 전망. 경쟁법연구, 17, 35-56.

허경옥, 천경희, 최병록, 황혜선(2015). 공산품 규제에 관한 소비자의 인식: 소비자 인지, 기대, 필요성 인식을 중심으로. 소비자정책교육연구, 11(3), 163-187.

홍지현, 김유정, 김숙(2018). 소비자의 안전의식 및 행동과 기업 및 기업규제에 대한 인식이 공산품품질인증에 대한 만족에 미치는 영향 분석, 표준과 표준화연구, 8(1), 31-48.

---

논문접수일 : 2018. 11. 17

1차수정본접수일 : 2018. 12. 22

게재확정일 : 2019. 01. 09

# Analysis of The Effects of The Behavior of Industrial Products Safety Certification System, Consumer Attitude Toward Cooperation to Industrial Products Damage Induced Company Regulation Requirement

Hong, Sangjeen\* · Yeo, Jeonghee\*\* · Huh, Kyungok\*\*\* · Han, Seungsoo\*\*\*\*

## Abstract

The major purpose of this study is to search how consumers' attitudes toward the necessity of safety certification of industrial products, consumers' perception of the effects of industrial safety certification, and consumer confidence of industrial safety certification vary according to demographic characteristics of consumers. Respectively. The results of this study are summarized as follows.

First, consumer attitudes toward the necessity of industrial safety certification were positive when the male, 40s, married, and his income exceeded 2 million won. Second, consumers in their forties and residents in the Seoul metropolitan area showed a high level of awareness of the effectiveness of the industrial safety certification system. Third, consumer confidence in industrial safety certification was relatively high for men, graduates, highly educated workers, employed persons, 20s and 50s, and the group with the highest monthly average income.

When the results of this study are summarized and synthesized, it can be seen that men, elderly consumers, and those with a high income level are positive about industrial product safety certification. In other words, women, younger people, and consumers with low income levels are required to improve awareness, publicity, and education on industrial product safety certification.

※ Key Words: Industrial safety, industrial safety certification, industrial safety certification consumer attitude, industrial safety certification effect, industrial safety system consumer confidence

---

\* Prof. Dept. of Electronics Engineering, Myongji Univ. (samhong@mju.ac.kr)

\*\* Assistant Prof. Dept. of Consumer Science, Inha Univ. (jhyeo@inha.ac.kr)

\*\*\* Prof. Dept. of Consumer Science & Living Culture Industry, Sungshin Univ. (kohuh@sungshin.ac.kr)

\*\*\*\* Prof. Dept. of Information & Communication Engineering, Myongji Univ. (shan@mju.ac.kr)