

무역자유화 효과의 실증분석과 정책 대응: 소비자후생을 중심으로

서진교 대외경제정책연구원 협력정책실
다자통상팀 선임연구위원
jksuh@kiep.go.kr

정 철 대외경제정책연구원 협력정책실
다자통상팀 연구위원
cchung@kiep.go.kr

이준원 대외경제정책연구원 협력정책실
지역통상팀 연구원
jwlee2@kiep.go.kr

정윤선 산업연구원 지역발전연구센터
지역산업팀 부연구위원
market@kiet.re.kr



1. 연구의 배경 및 목적

- 우리나라는 지난 1967년 ‘관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT)’에 가입한 이래 1986~94년 우루과이라운드(UR) 다자간 무역자유화협상 이행을 비롯하여 그동안 지속적으로 무역자유화정책을 추진해 왔음.
 - 특히 2000년대 들어 칠레와의 자유무역협정(FTA)체결을 시작으로 ‘높은 수준의 포괄적, 동시다발적’인 FTA를 추진한 결과 현재 미국, 유럽연합(EU)을 포함하여 45개국과 8건의 FTA를 발효시켰음.
- 그런데 최근 들어 그 동안 우리나라가 추진해 온 무역자유화에 대한 진지한 반론이 제기되고 있음.
 - FTA가 발효되어 FTA 상대국으로부터 들어오는 상품의 관세가 철폐 내지 인하되었음에도 불구하고, 해당 상품의 소비자가격은 변화가 없거나 오히려 상승해 FTA로 인한 소비자후생 증대효과가 없다는 주장이 대표적임.
- 이러한 현실에도 불구하고 무역자유화의 효과를 소비자들이 체감할 수 있는 수준에서 분석하여 제시한 기존의 실증 연구는 없었다고 해도 과언이 아님.
 - 이는 그동안 국내의 무역자유화 효과를 분석한 연구의 대부분이 GDP나 수출입 등 주로 거시경제 변수들의 변화에만 초점을 둔 나머지 소비자들이 체감할 수 있는 수준에서의 소비재 가격변화나 후생증가 연구는 이루어지지 않았기 때문으로 풀이됨.¹⁾
- 이에 따라 무역자유화, 또는 시장개방 확대가 소비자후생에 미치는 영향을 구체적으로 분석하고 소비자가 체감하기 어려운 원인을 규명함으로써 무역자유화 효과에 대한 사회적 관심과 요구에 부응할 필요가 있음.
 - 특히 향후 무역 2조 달러 시대에 도달하기 위해 지금보다 훨씬 다양한 형태의 무역자유화 정책이 추진될 것으로 예상되는 가운데 최근 제기된 무역자유화 효과에 대한 의혹을 불식시키기 위해서도 이러한 의문에 답을 제시하는 것은 정책적으로나 정치적으로도 매우 중요한 의미가 있음.

1) 무역자유화나 시장개방 확대에 따른 소비자후생을 실증적으로 분석하기 위해서는 방대한 미시자료가 필요하나 현실적으로 자료의 제약이라는 문제가 있음.

- 이에 본 연구는 무역자유화의 효과를 소비자후생의 관점에서 실증적·경험적으로 분석하고 그에 따른 정책을 제시하는 것을 목적으로 함.

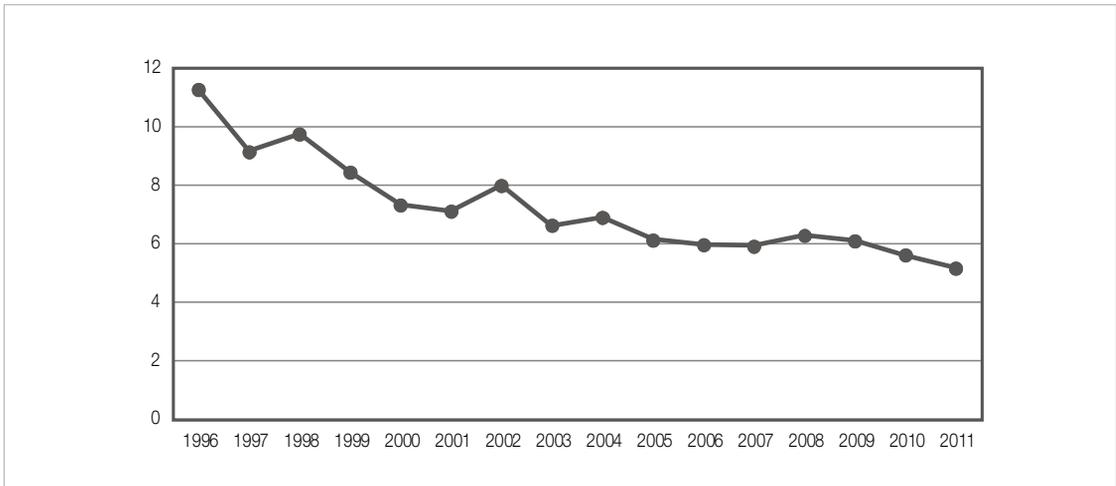
2. 조사 및 분석 결과

1) 무역자유화에 따른 수입관세 및 수입재의 국내도착가격 변화

- 우리나라는 우루과이라운드 이행을 계기로 수입관세를 대폭 인하하는 등 지속적인 무역자유화를 추구해 왔으며, 그 결과 우리나라의 평균 관세율(수입액 가중)은 1996년 11.3%에서 2011년 5.1%로 하락했음(그림 1 참고).

[그림 1] 평균 양허관세율(수입액 가중) 변화 추이(1996~2011년)

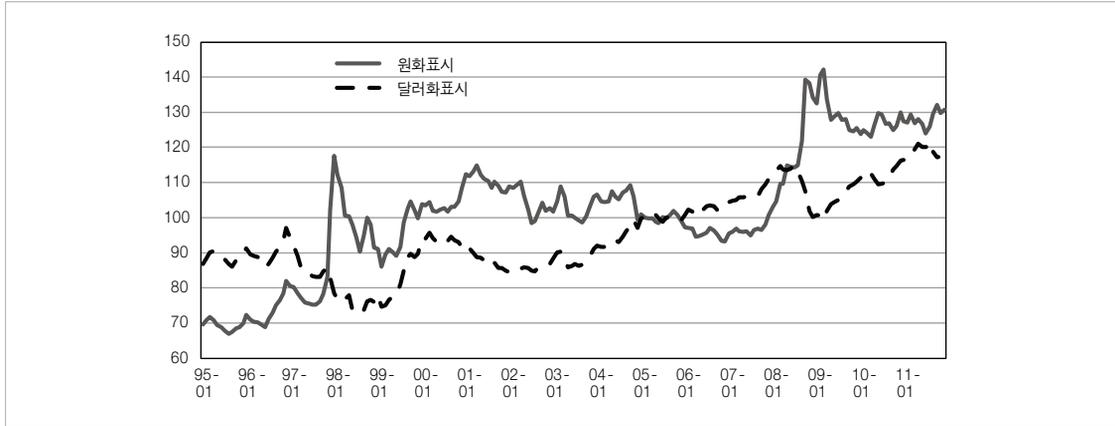
(단위: %)



자료: 한국무역협회 무역통계.

- 또한 주요 소비재의 국제가격이 상승했음에도 불구하고 이와 같은 무역자유화 및 환율효과에 힘입어 수입소비재의 국내도착가격이 실제 하락세를 나타냈음(그림 2 참고).
 - 특히 2000년대 초반부터 글로벌 금융위기 직전인 2008년까지 원화표시 수입소비재가격의 하락세가 뚜렷하게 나타남.

[그림 2] 소비자 수입물가지수의 변화 추이(1995~2011년)



자료: 한국은행 경제통계.

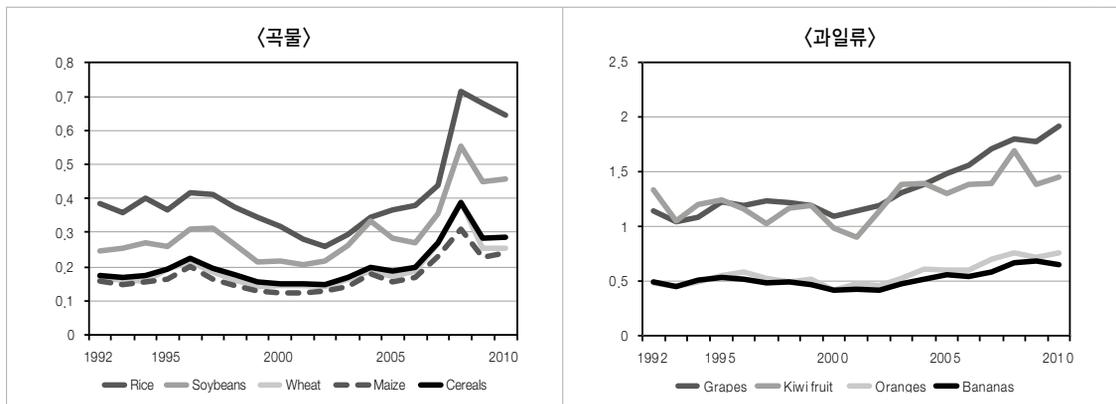
2) 소비자들이 무역자유화에 따른 가격인하효과를 체감하기 어려운 이유

(1) 2000년대 이후 국제가격의 상승 추세

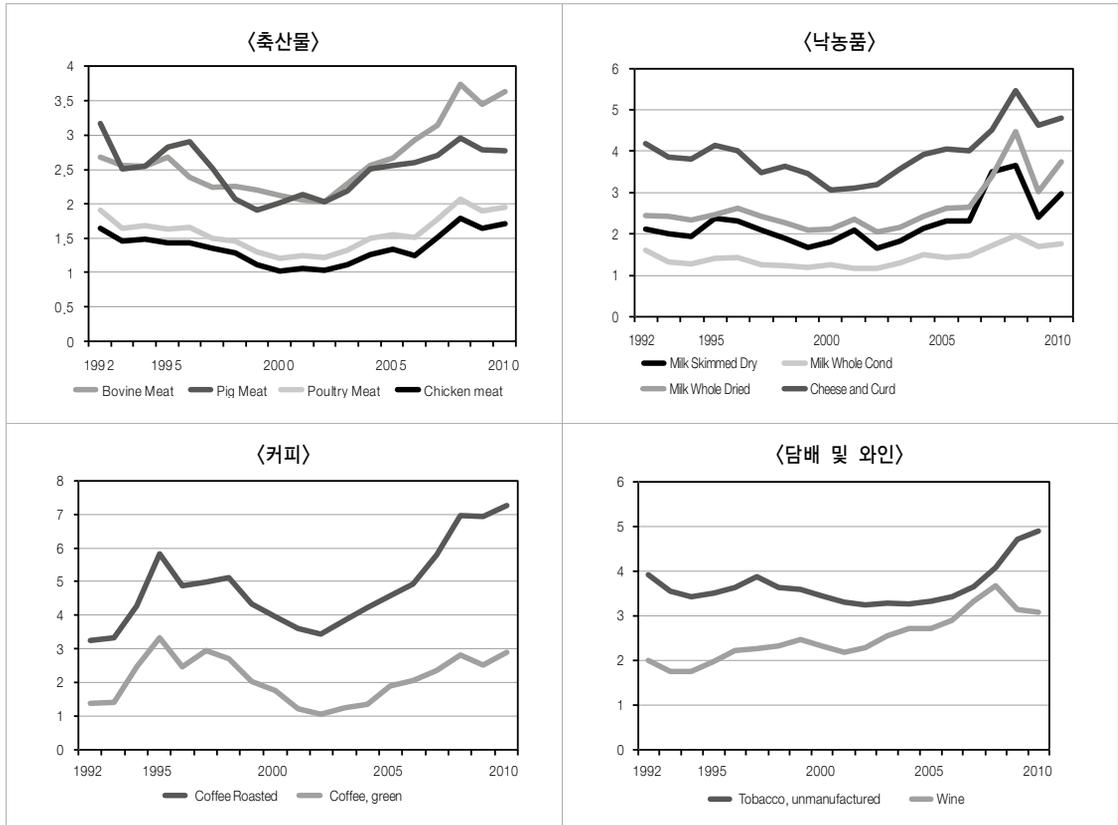
- 소비자들이 쉽게 접할 수 있는 농식품이나 공산품 주요 소비재들의 국제가격이 2000년 초반부터 전반적으로 상승세를 보여 관세감축의 효과를 상쇄시켰음.
 - 지난 20년 주요 농식품의 국제가격추이는 대체적으로 2000년대 초반까지 하락세를 보이다가 2002~03년을 전후로 상승세로 전환되었고, 이후 다소 등락은 있었지만 전반적으로 지속적인 상승세를 보이고 있음(그림 3 참고).

[그림 3] 주요 소비재의 국제시장가격(1992~2010년)

(단위: US달러)



[그림 3] 계속



자료: FAO.

(2) 상대적으로 낮은 소비재 수입 비중

- 우리나라의 소비재 수입 비중은 전체 수입 가운데 8~10%에 불과(표 1 참고)

- 소비재 수입비중: 8.2%(1990) → 8.7%(2000) → 10.1%(2005) → 9.8%(2010)

- 이에 따라 소비재 수입관세 철폐가 국내 소비자물가의 하락으로 이어지는 데는 한계가 있음. 이는 역으로 국내 소비재 물가가 수입소비재에 의하여 영향을 받는 부분보다 국산 소비재의 수급 및 가격에 더 큰 영향을 받는다는 것을 의미함.

[표 1] 소비재 수입 추이(1990~2011년)

(단위: 백만 달러, %)

	1990	1995	2000	2005	2010	2011
소비재	5,718 (8.2)	13,216 (9.8)	14,026 (8.7)	26,395 (10.1)	41,855 (9.8)	52,403 (10.0)
직접 소비재	2,744	5,537	6,325	9,383	14,931	19,952
내구 소비재	2,151	5,134	4,726	10,619	16,289	18,645
비내구 소비재	792	2,544	2,975	6,393	10,635	13,806

주: () 안은 총수입액 대비 비중.
자료: 한국무역협회 무역통계.

(3) 품질 변화 및 신상품 편익에 따른 물가지수의 왜곡

- 품질 변화나 신상품 출현 등으로 이전 상품과 사실상 다른 상품이 되었음에도 이를 합리적으로 평가하지 않거나 또는 평가하기 어렵다는 문제가 있음.
 - 무역자유화로 인해 수입이 활성화되면 무역자유화 이전에 접할 수 없던 상품의 구매가 가능해짐.
 - 또한 수입제한으로 인해 접근 자체가 불가능하던 수입품 가격이 국내의 유사제품보다 높다고 해도 품질, 디자인 등에서 소비자가 만족한다면 기꺼이 높은 가격을 지불하게 됨. 그러나 소비자들은 이로 인해 증가한 효용은 고려하지 않고 외형상 높은 가격만을 기억하는 경향이 있음.
 - 무역자유화로 국내에 신상품이 등장하거나 기존 상품의 품질이 향상되었을 경우도 소비자들이 이를 가격에 반영하거나 효용을 감안하여 후생증대를 체감하기 어려움.
- 수입물가지수나 소비자물가지수가 이러한 품질 변화나 신상품 등장 등의 요인을 충분히 반영하지 못하는 것이 현실임.
 - 지난 20년간 지속적인 무역자유화로 더 많은 국가들로부터 다양한 상품이 수입되었고 이와 같은 수입품의 양적 증가 및 다양성 증가는 소비자들의 후생을 증가시켰으나, 소비자들이 이를 체감하기는 현실적으로 어려움
- 결국 통상적인 물가지수가 신상품의 등장이나 품질, 성능, 기능, 디자인 등의 변화를 적절히 반영하지 못하고 상품의 다양성 증가로 인한 무역이익을 과소평가함으로써 소비자가 무역자유화의 혜택을 제대로 체감하기 어려운 면이 있음.

(4) 수입통관 이후 국내유통과정에서의 경쟁 제한적 시장구조

- 수입관세 철폐(감축)효과가 최종소비자까지 전달되지 않는 이유는 ① 주요 공산품 수입 소비재의 공급 형태가 대체로 수입독점이라는 점, ② 경쟁 가능한 국산품의 생산-공급이 원활하지 않은 점, ③ 일부 소비자의 과시적 소비행태 등이 복합적으로 작용한 것으로 보임.
 - 2000년대 초반 이후 국제가격의 상승에도 불구하고 무역자유화와 그에 따른 수입관세의 인하가 환율하락과 연결되어 원화표시 수입물가가 하락세를 보이며 수입 소비재가 국경을 통과하는 단계까지는 가격하락효과가 존재한 것으로 보임.
 - 그러나 수입소비재 가격하락이 소비재가격의 하락으로 이어지지 못한 것은 수입소비재의 국내유통단계에서 발생한 현상으로 수입소비재 유통의 비효율성과 불공정거래, 경쟁을 제한하는 시장환경 등 국내소비재시장의 구조적 문제에 기인함.

3) 상품다양성을 고려한 무역자유화의 소비자 후생효과

- 상품 다양성과 물가지수의 왜곡을 감안해 실증분석을 통한 무역자유화의 소비자후생 효과를 계측한 결과 GDP의 약 0.3%에 해당하는 추가 무역이익을 확인할 수 있었음.
 - 이는 Mohler(2011)가 스위스 자료를 이용하여 측정한 스위스의 무역이익과 유사한 수준인 반면 미국 자료를 이용한 Broda and Weinstein(2006)의 연구 결과보다는 낮은 수치임(우리나라와 스위스의 무역이익 추정치가 미국보다 낮게 나타난 이유는 이들 두 국가의 수입품이 미국에 비해 상대적으로 차별화가 미흡한 점, 즉 우리나라나 스위스의 수입자료를 이용하여 추정한 대체탄력성이 미국에 비해 크게 나왔기 때문임.)

[표 2] 수입다양성으로 인한 한국의 무역이익

한국의 무역이익	수입 비중 (%)	수입다양성으로 인한 무역이익(%)				
		대체탄력성				
		$\sigma = 2.5$	$\sigma = 2.9$	$\sigma = 3.6$	$\sigma = 4.4$	$\sigma = 5.2$
1996년 (총수입 기준)	26.2	18.3	14.8	11.0	8.5	6.9
1996년 (내수용 수입 기준)	17.7	12.1	9.7	7.1	5.5	4.5
20년(1992~2011) 평균 (총수입 기준)	30.8	21.7	17.6	13.2	10.2	8.3
20년(1992~2011) 평균 (내수용 수입 기준)	18.6	12.8	10.2	7.6	5.8	4.7

자료: 저자 작성.

- 한편 Arkolakis 외(2008)가 이론적으로 증명하고 Feenstra(2010)가 주요 국가에 대해 예시적으로 적용한 방법론을 사용하여 우리나라의 무역이익을 측정한 결과, 지난 20년간 상품다양성 증가로 인한 무역이익은 총수입비중을 사용할 경우 GDP의 8.3~21.7%인 것으로 나타났으며, 내수용 수입비중을 이용할 경우 GDP의 4.7~12.8%로 나타났음.

4) 수입소비재의 국내유통마진 분석결과

- 자료입수 및 조사획득이 가능한 대표적인 수입 소비재를 선정, 통관 이후 국내 유통단계에서의 유통경로와 단계별 유통마진을 조사한 결과 수입 소비재의 국내유통단계에서 나타난 특징은 ① 공급독점이 일반적 현상이며, ② 국산의 동종 또는 유사 상품과의 경쟁도 효과적이지 않아 무역자유화에 의한 가격인하효과가 최종소비자가 아닌 수입상이나 중간 유통업자에게 대부분 귀속된다는 것을 확인할 수 있음.
 - 수입 소비재의 유통마진은 대체로 국산 동종상품의 2~3배에 달하며, 소매 단계에서의 마진율이 특히 높은 것으로 나타남(전기다리미, 전기면도기, 전동칫솔과 같은 국산 가전제품의 국내유통마진율은 평균 23%임에 비해 동종의 수입 소비재의 유통마진은 56.4~63.1%로 국산 가전 마진율의 2~3배에 이룸).
 - 또한 같은 수입 소비재라 할지라도 국내에 소비경쟁이 가능한 상품이 있는 경우 수입소비재의 마진율은 국산소비재와 큰 차이가 없는 것으로 나타나 국산 동종 또는 유사품과의 경쟁, 또는 수입상품끼리의 경쟁관계 존재 유무가 유통마진 형성에 영향을 주는 것으로 추정됨.
 - ※ 예를 들어 국산품과 경쟁이 되는 수입산 포도와 돼지고기의 경우 유통마진은 국산과 별 차이가 없었음 (수입산 포도는 약 30%, 국산 포도는 45%, 수입산 돼지고기는 47%, 국산 돼지고기는 43% 등)

3. 정책 제언

1) 환율 등 거시경제의 안정

- 관세철폐로 인한 무역자유화가 수입소비재의 최종소비자가격에 미치는 영향에 비해 일반적으로 국제시장가격이나 환율 등의 변화가 가격에 미치는 영향이 크므로 FTA 등 무역자유화가 최종소비자가격인하를 통해 소비자들이 후생증대를 체감할 수 있는 수준으로 나타나기 위해서는 환율 등 거시경제의 안정이 우선적으로 선행되어야 함.
 - 대외의존도가 높은 우리 경제의 특성상 국제금융시장의 변동성 완화와 같은 거시경제 안정화방안

은 무역자유화효과 측면에서도 필수적인 정책요건임.

2) 소비자 중심의 빠른 관세철폐

- 우리나라 평균 관세율은 6%대(소비재의 경우 10% 수준)로 점진적인 관세 철폐를 통한 무역자유화가 소비자 및 국내 산업에 미치는 영향은 상당한 시간을 필요로 함.
 - 예를 들어, 한·미 FTA의 경우 수입최고기에 대한 40% 관세가 15년에 걸쳐 단계적으로 철폐되므로 대략 1년에 2.7% 관세가 인하되는 것이고 이를 일반 소비자들이 체감하기는 쉽지 않음.
- 따라서 무역자유화에 따른 소비자가격의 인하효과를 소비자들이 체감할 수 있게 하기 위해서는 주요 수입소비재에 대해 과감한 관세인하나 철폐가 필요함. 단 이 경우 해당 제품을 생산하는 국내 공급자들의 이해와는 상충될 것임.

3) 국내 유효한 경쟁환경의 조성

(1) 국내 동종 또는 유사 제품의 생산 지원

- 수입소비재의 공급독점을 완화하기 위해서 유사제품의 수입을 용이하게 하거나 또는 국내에서 유사제품을 생산하도록 하는 방안이 있음. 국내에서 유사제품의 생산·공급에 대한 결정은 독점 수입품과의 경쟁 등을 고려하여 시장에서 결정될 것이므로 굳이 정부가 나설 이유가 없으나 경쟁력을 갖춘 국내 공급자가 있을 수 있는 환경임에도 정보의 비대칭성으로 인해 시장에 진입하지 못하는 경우에는 정부의 정책적 지원이 필요함.
 - 정부는 국내수요의 대부분을 수입에 의존하는 소비재 가운데 수입통관가격과 최종소비자가격 사이에 유통마진이 커서 상대적으로 높은 이윤이 기대되는 수입소비재에 대한 가격정보, 즉 수입통관가격과 최종소비자가격을 시장에 알려주는 역할을 할 필요가 있음(소비자단체가 이를 효과적으로 대신할 수 있다면 더욱 바람직함).
 - 한편 경쟁력을 갖춘 국내 상품이 시장에 공급된다고 해도 초기 시장진입과정에서 해당 기업이 직면하는 위협과 수입독점업체의 과당 또는 부당경쟁을 적절한 수준에서 막아줄 제도적 장치도 필요(예: 초기 창업자금의 지원은 물론 해당제품의 과정에서 지속적인 사후 모니터링을 통해 초기 시장진입과정에서 부당 또는 과당경쟁이 일어나지 않도록 관리·감독하는 역할을 정부가 수행할 필요가 있음).

- 특히 시장에 성공적으로 진입한 이후에도 수입독점기업과의 공정한 경쟁 환경을 만들어 주는 것이 정부의 중요한 역할임.
 - 경쟁력을 갖추어 국내시장에서 수입소비재와 충분한 경쟁이 가능한데도 불구하고 시장에 진입한 뒤 2~3년 안에 퇴출되는 기업이 많은 이유는 기 진출기업들의 ‘기득권 지키기’ 형태의 합법적 연대에 신규 진출기업이 대응하기가 쉽지 않기 때문임.
 - 또한 성공적인 시장진출은 단순히 제품 생산 및 공급만으로는 어렵고 그에 합당한 유통 채널과 판매망이 뒷받침되어야 함.
 - 따라서 정부는 수입가격과 최종소비자가격 간의 차이가 커서 매우 높은 유통마진이 유지되는 수입소비재를 정기적으로 조사하여 관련 정보를 공표하고, 해당되는 소비재를 중심으로 창업 지원이나 생산 지원을 강화할 필요가 있음.
- 한편 현재는 수입소비재와 경쟁이 어렵다고 해도 신기술의 개발이나 R&D 등을 통해 장기적으로 경쟁 가능한 또는 대체 가능한 신상품이 출현할 수 있다는 점을 감안하여 R&D 집중지원 대상에 유통마진이 큰 수입소비재를 포함시키는 방안도 검토할 필요가 있음.

(2) 유효한 병행수입 및 유사수입의 활성화

- 국내기업이 수입독점기업과 경쟁이 어려운 경우라면(예를 들어 생산비용에서 큰 차이가 있는 경우) 획기적인 생산비 절감기술이 개발되지 않는 한 국내에서 유사제품의 공급이 실현될 가능성은 높지 않으므로 병행수입, 유사수입의 활성화가 필요함.
 - 이 경우에 독점력을 약화시키는 정책이 유효할 것이므로 동종 또는 유사 제품의 수입을 활성화하여 독점수입소비재시장에 경쟁 환경을 조성(현재 정부에서 실시하고 있는 병행수입제도도 이러한 독점공급을 완화하는 목적을 가진 정책의 하나로 볼 수 있음).
- 그러나 병행수입을 허용한다고 해서 공급독점력이 자동적으로 완화되는 것은 아님. 즉 병행수입은 일종의 하드웨어이며 실제 경쟁 환경에서 더욱 중요한 영향력을 미치는 요인은 소프트웨어격인 판매능력과 사후관리임.
- 따라서 병행수입이 유효한 정책수단이 될 수 있도록 제도적 장치를 마련해야 하며, 특히 병행수입제품이 해당 독점 수입소비재와 동일한 상품이든지 아니면 유사제품이라도 기능과 디자인에서 차이가 없어야 함.

- 유효한 병행수입 또는 유사제품 수입의 핵심은 사후처리 서비스임.
 - 애프터서비스의 수준은 소비자가 제품구매를 결정하는 주요 요인이므로 독점 수입제공업체가 제공하는 서비스와 차이가 없어야 함.
 - 병행수입품이 이러한 수준의 애프터서비스를 제공하기 위해 어느 정도 규모를 갖춘 중견기업 또는 중소기업의 연합체 정도가 되어야 할 것임.
- 유효한 병행수입이 활성화되기 위해서는 소비자단체나 제3의 객관적인 검증단체로 하여금 유사제품과 독점 수입소비재에 대한 품질 및 가격, 기능시험을 정밀하게 수행하도록 하고 그 결과를 공개하는 홍보 전략이 뒷받침되어야 함.

(3) 국내 유통망과 연계한 판매수요연합

- 대형 유통회사와 수입상품 판매회사 간에 판매연합을 형성하여 수입소비재의 교섭창구를 단일화함으로써 수요측의 교섭력 증대를 모색할 필요가 있음.
 - 수입소비재의 독점공급업체가 국내시장에서 공급독점력을 행사하려 해도 국내물류에 대한 대규모 투자 없이는 결국 최종판매는 국내 대형유통업체 및 대형판매업체의 역할일 수밖에 없음.
 - 참고로, 주요 공산품 수입소비재의 경우 국내지사에서 판매를 담당하고 있는 소비재는 의류나 핸드백 등 일부 품목에 국한되어 있고 나머지 대부분은 대형 백화점이나 전문매장을 통해 판매가 이루어짐.
- 정부 또는 기타 공적인 기관은 독점수입업체와 판매연합 간의 교섭력이 균형을 유지하도록 하는 데 필요한 정보를 제공하는 역할을 수행하는 것으로 충분할 것임.
 - 정부 혹은 소비자단체가 관련 기초가격자료를 적절히 제공하는 한편, 정부는 불공정한 담합 등을 감시하는 역할을 수행할 필요가 있음.

4) 유통이력제의 적극적 활용

- 수입 소비재의 공급독점력이 매우 크거나 소비차별화가 확실히 이루어져 마진율이 높은 수준에서 계속 고정될 경우 선별적으로 유통이력제를 실시하는 것도 유통마진을 흡수하기 위한 효과적인 방법임.
 - 수입품에 대한 유통이력제는 동 제도가 수입식품에 대한 안전성 확보와 함께 건전한 시장거래질서 확립 등 ‘보이지 않는 유통 감시기능’을 통해 통관 이후 ① 원산지표시 위반, ② 국산 및 식용으로의 둔갑 등과 같은 불법유통행위 근절에 필요한 제도임.

- 수입품 유통이력제도는 통관이 완료된 수입품이 국내유통단계를 거쳐 최종소비자에 이르기까지의 전체 유통과정에서 해당 수입품의 물류흐름에 대한 정보를 총괄적으로 관리할 수 있는 장점이 있어 그만큼 수입품의 국내유통과정에서의(단 소비자를 직접 대하는 소매단계는 제외) 불공정행위를 억제하는 데 기여할 것임.

5) 소비자활동의 강화

- 수입소비재의 높은 국내유통 마진은 적절한 수준의 소비자활동을 통해 효과적으로 조정될 수 있으며 이를 위해서는 소비자단체의 활동을 보다 객관화·조직화·효율화하고, 이를 위해 정부의 정책적 지원이 필요함.
 - 우리나라의 소비자단체들이 다양한 소비자권익보호활동을 하고 있지만 공적기관인 한국소비자원을 제외하고는 상대적으로 조직과 예산, 전문성 등의 측면에서 선진국의 소비자단체활동에 미치지 못한다는 평가를 받고 있음.
 - 수입소비재의 적정 마진율을 위해서는 공정한 경쟁 환경을 조성하는 것이 중요하고 이를 위해서는 공정한 감시활동이 관건인데 이는 정부와 같은 공적인 기관보다는 소비자단체와 같은 민간단체 그리고 직접적인 이해가 걸린 비영리단체가 하는 것이 바람직함.

(1) 수입원가, 최종소비자가격, 유통마진의 조사 및 정기 발표

- 주요 수입소비재의 국제가격과 통관에 따른 수입원가 자료를 입수하고 해당 제품에 대한 최종소비자가격을 직접 조사하여 총 유통마진에 대한 정보를 월별 또는 분기별로 발표하는 것이 필요
 - 이를 위해서 관세청과 기획재정부, 공정거래위원회의 수입가격 및 수입원가에 대한 자료 협조가 우선적으로 이루어져야 함.
 - 주요 수입소비재와 함께 주요 국산소비재에 대한 소비자가격도 조사하여 정기적으로 발표함으로써 소비자들이 직접 비교할 수 있도록 정보 제공

(2) 주요 소비재의 시험평가활동 강화

- 가격 대비 효과 측면을 객관적으로 비교하여 이를 소비자에게 제공할 때 소비자들도 제품의 성능과 기능, 디자인, 가격 등을 놓고 종합적으로 판단하여 구입 여부를 결정할 수 있음.
- 수입제품과 동종의 국산제품과의 시험평가는 합리적인 소비활동을 진작시키는 데에도 기여할 것임.
 - 이는 소비자들이 수입소비재에 대한 가격대비 효용과 과시적 욕구 등을 종합적으로 평가할 수 있는 기회를 제공

● **공정하고 객관성이 담보된 상품의 시험평가능력 제고**

- 국제적으로 성능평가능력을 비교해도 손색이 없을 정도로 해당 전문적 기술과 지식, 능력, 시설 등 시험평가능력을 획기적으로 끌어 올려야 함(외국의 전문 소비자단체의 경우 철저한 상품의 품질조사를 위해 수년간 시험을 하기도 함).²⁾

(3) **효과적인 홍보활동 및 지자체별 합리적 소비운동**

● **공영방송에서는 정기적으로 가격조사 및 상품평가 결과를 발표함으로써 소비자 대상 홍보활동 지원**

● **각 지자체별로도 주민에 대한 서비스의 일환으로 정기적인 가격조사 및 상품평가 결과에 대한 정보를 전파하는 것이 필요**

- 특히 구청이나 시청 등에서 자체적으로 운영하는 주민 대상 프로그램에 소비재가격조사 및 상품평가에 대한 정보를 포함
- 인터넷상에 수입소비재 관련 전문적인 정보공개 사이트를 제작 활용(예: 한국소비자원의 T-PRICE)

● **조사의 정확성과 객관성을 높이기 위해 소비자단체의 조직을 보다 전문화하고 확대할 필요가 있으며 이에 대한 재정적 지원도 이루어져야 함.**

6) 상품다양성 증가를 반영한 홍보 강화

● **비록 소비자들이 체험하기는 어렵지만 무역자유화가 확대됨으로써 상품의 품질이 높아지거나 새로운 상품을 접하게 되고, 이들에 대한 소비를 통해 소비자후생이 증가한다는 사실을 정책홍보에 적극 활용할 필요**

- 예를 들어, 칠레산 포도 수입이 확대됨에 따라 국내에서 생산되는 포도의 품종도 다양해지고 품질 관리도 잘 되어 이전보다 상품성이 높은 고급 포도의 생산과 소비가 늘어난 것은 비록 포도가격이 떨어지지 않았더라도 이로 인해 소비자의 후생이 증가한 것임을 알기 쉽게 전파하는 것이 필요함.

● **이를 위해서는 FTA 홍보대책에 상품의 다양성을 고려한 정기적인 지면할당이 이루어져야 하고 정기적으로 이를 계량화하여 국민들에게 제공하는 노력을 병행할 필요가 있음.**

2) 미국의 대표적인 소비자단체의 경우 상품시험에 수년을 사용하기도 함. www.consumerunion.org 참고.