

# 소비자의 경제지표 인식수준에 관한 연구\*

경제 모형에서 개별 경제주체들이 경제상황에 대한 정보를 얼마나 알고 있는지와 새로운 정보를 얼마나 빠르게 업데이트 하는지는 합리적인 의사결정의 주요 전제가 된다. 그러나 대표적 경제주체 중 하나인 소비자들이 경제정보를 얼마나 알고 있는지에 대한 실증적인 분석은 거의 이루어지지 않았다. 본고에서는 개별 소비자들이 경제생활과 밀접한 관련이 있는 주요 경제지표에 대해 얼마나 알고 있는지를 알아보기 위하여 경제성장률, 물가상승률, 실업률, 한국은행 기준금리 등을 측정대상 경제지표로 설정하고 정성적 질문과 정량적 질문을 이용해 조사한 후 그 결과를 분석하였다. 또한 조사방법의 차이가 조사결과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 조사표를 두 개의 그룹으로 차별화하고 그 결과도 함께 분석하였다.

조사 결과 경제지표의 의미와 공식통계가 주기적으로 발표된다는 일반적 사실에 대해서는 인지비율이 높게 나타난 반면, 구체적인 통계 수치까지 알고 있는 비율은 매우 낮게 나타났다. 또한 구체적인 수치를 기입한 결과를 보면 경제성장률은 실제 수준보다 낮게 기입한 반면 물가상승률과 실업률은 높게 기입하는 등 경제상황을 판단하는데 다소 부정적인 경향이 있음을 확인할 수 있었다.

응답자의 인구통계학적 특성과 응답오차의 관계를 분석한 결과 소득이 증가할 수록 응답오차가 유의하게 감소하는 것으로 나타났으며 직업 및 주거상황에 따라 특정 경제지표에 대한 관심도가 다르고 지식수준도 차이를 보였다. 종합적인 분석을 위해 지식점수를 계산하여 인구통계학적 특성과의 관계를 분석한 결과 직업, 주거상황, 소득수준과 통계의 유용성 평가 수준이 소비자의 종합적인 경제지표 지식수준에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

한편 구체적인 수치를 기입하지 않을 수 있는 Opt-out 옵션의 제공 여부에 따라 두 개 그룹의 구체적인 통계수치 기입비율 및 응답오차가 유의하게 달라졌을 뿐 아

\* 본고는 한국은행 경제통계국 통계조사팀 장윤경 조사역이 작성하였음. 본고의 내용은 집필자의 개인의견으로서 한국은행의 공식견해를 나타내는 것은 아님.

나라 각 그룹별로 인구통계학적 특성의 영향력도 다르게 나타났다. 이는 표본조사에서 설문방식의 차이가 조사결과에 영향을 미칠 수 있음을 보여준 것으로 조사대상자로 하여금 가능한 한 성의있고 정확한 응답을 얻기 위해서는 설문내용의 구성 및 문안 작성이 중요함을 시사한다.

## I. 머리말

### II. 소비자의 경제지표 인식수준 측정방법

1. 조사내용
2. 조사방법

### III. 소비자의 경제지표 인식수준 측정결과

1. 주요 경제지표에 대한 인식수준
2. 경제지표의 유용성 평가 및 정보획득 경로
3. 최근의 통계 수치 기입결과
4. 인구통계학적 특성별 경제통계 인식수준

### IV. 종합적인 지식수준 분석

1. 지식점수(Knowledge Score)
2. 지식점수 결정요인

### V. 맺음말

# I. 머리말

전통적인 고전학파의 경제이론은 경제주체들이 경제상황과 관련하여 모든 정보를 갖고 있다고 가정한다. 그러나 최근에는 경제주체들이 갖고 있는 정보가 불완전하거나 각 주체별로 정보의 비대칭성이 있을 수 있다고 가정하고 이론을 전개한다. 예를 들면 각 경제주체들은 새로운 정보를 얻기 위한 비용과 얻었을 때의 편익을 고려하여 정보탐색 결정을 내리는데 이때 편익보다 비용이 클 경우 자발적으로 정보탐색을 선택하지 않기 때문에 정보수준이 완전하지 않을 수 있다. 또한 경제주체별로 직면하는 경제상황이 다르기 때문에 정보 수준에 차이가 발생할 수 있으며 정보의 업데이트에 시차가 발생하기도 한다.

경제이론을 설정할 때 경제주체들이 경제와 관련된 정보를 얼마나 신속하고 정확하게 얻는지에 대한 가정이 널리 사용되고 있는 만큼 이와 관련한 실증적인 연구의 중요성이 크다고 할 수 있다. 미국, 유럽 등에서는 상대적으로 정보의 불균형이 큰 소비자들이 경제

상황 판단에 필요한 경제 통계에 대해 어느 정도의 지식을 갖고 있는지에 대한 다수의 조사연구와 분석이 이루어져 왔다.

Curtin(2007)은 미국 미시간대 소비자동향조사(Survey of Consumer) 표본을 대상으로 소비자의 실업률, 물가상승률, 경제성장률 등 주요 경제지표에 대한 지식수준을 측정하였다. 조사결과 소수의 소비자만이 주요 경제지표의 최근 통계수치를 응답하였으며 그 중 실업률 수치를 제시한 소비자가 물가상승률, 경제성장률보다 많았다. 또한 응답오차 역시 실업률이 다른 지표보다 낮게 나타났다. 한편 소비자들의 경제지식을 측정하기 위해 사용된 질문의 구성방식과 문구가 조사결과에 민감하게 영향을 주는 것으로 나타났으며 경제지표에 대한 응답의 정확성 정도는 교육수준과 가장 밀접한 관계가 있는 것으로 조사되었다. TV, 신문 등 매스미디어의 보급확대에도 불구하고 이들 매체는 경제정보와 관련된 구체적인 수치보다는 질적 정보를 주로 전달하기 때문에 실업률, 물가상승률, 경제성장률 등의 공식 통계수치를 탐색하는 데는 여전히 높은 비용이 든다고 밝혔다. 즉 소비자들은 정확한 공식 통계 수치를 얻는데 따르는 비용 대비 편익이 적기 때문에 합리적 부주의(rational inattention) 경향을 보이며, 경제정보를 정확하게 업데이트하는 데는 시차가 발생하는 것으로 보고하였다.

Curtin(2009)은 2009년 금융위기 발생 이후 동일한 조사를 다시 실시하여 경제위기에 소비자들의 경제정보 인식수준이 어떻게 변하는지를 알아보았다. 글로벌 금융위기 발생 이후 소비자들의 경제정보에 대한 관심 및 필요성이 높아지고 대중매체의 경제정보 공급도 증가했기 때문에 소비자들의 경제정보에 대한 인식수준이 2007년보다 높아졌을 것으로 예상했으나 소비자들의 공식 통계수치에 대한 지식수준은 향상되지 않은 것으로 나타났다. 이는 소비자들의 경제정보 획득의 편익 및 비용에 대한 일반적인 가정 수준보다 정확한 경제 통계 수치를 얻는 것의 이득은 제한되어 있고 비용은 더 높게 인식하고 있음을 시사한다.

Fullone 외(2008)는 이탈리아 ISAE(Institute for Studies and Economic Analysis)의 소비자동향조사(consumer opinion survey) 표본을 대상으로 소비자들이 경제성장률, 물가상승률, 실업률 등 주요경제지표의 최근 공식통계수치를 얼마나 정확히 알고 있는지를 조사하였다. 이탈리아 소비자들은 경제성장률에 대해서는 비교적 낙관적인 성향을 보인 반면 물가상승률과 실업률에 대해서는 비관적인 성향을 보이고 있다고 보고하였다. 성별, 소득수준, 연령 등 인구통계학적 특성별로 지식수준에도 유의미한 차이가 있었음을 밝혔다. 또한 지식점수(Knowledge Score) 산출방식<sup>1)</sup>을 이용하여 소비자의 경제지표에 대한 종합적 지식수준을 측

1) Alan S. Blinder and Alan B. Krueger, What Does the Public Know about Economic Policy, and How Does It Know It?, CEPS Working Paper No. 99(2004)

정하고 응답자의 인구사회적 특성별로 지식수준에 차이가 있음을 밝혔다. 따라서 소비자들의 통계에 대한 인식수준을 높이기 위해서는 공식통계 생산자, 대중매체, 정책수립자 등이 통계관련 커뮤니케이션 전략에 투자해야한다고 주장하였다.

한편 우리나라의 경우 소비자의 경제정보 인식수준에 대한 실증적인 분석이 부족한 상황이다. 본고에서는 일반 소비자들이 경제상황과 관련된 정보를 얼마나 갖고 있는지를 알아보기 위해 경제생활과 밀접한 관련이 있는 주요 경제지표에 대한 지식수준을 측정하는 조사를 실시하고 그 결과를 정리하였다. 또한 소비자의 인구통계학적 특성에 따라 경제지표에 대한 지식수준이 차이가 있는지와 설문방식에 따라 응답결과가 달라지는지도 함께 분석하였다.

본고의 구성은 다음과 같다. II장에서는 소비자의 경제정보 인식수준을 알아보기 위한 조사방법을 설명하고 III장은 본 연구에서 수행한 조사결과 및 인구통계학적 특성에 따른 소비자의 경제정보 인식수준 분석결과를 소개한다. IV장에서는 지식점수의 개념을 도입하여 가구의 종합적인 경제지표 인식수준을 측정하고 인구통계학적 특성과의 관계를 살펴본다.

## II . 소비자의 경제지표 인식수준 측정방법

### 1. 조사내용

소비자들의 경제상황에 대한 정보 인식수준을 알아보기 위하여 경제생활과 밀접한 관련이 있는 국내총생산(GDP), 소비자물가지수(CPI), 실업률 및 한국은행 기준금리 등 4개 주요 경제지표를 대상으로 다음과 같은 내용을 설문조사하였다.

첫째, 소비자가 각 경제지표의 정의 또는 개념을 어느 정도 알고 있는가?(4점 척도<sup>2)</sup>)

둘째, 소비자가 각 경제지표의 통계작성기관과 발표주기 등과 같은 정보를 어느 정도 인지하고 있는가?(4점 척도)

셋째, 설문조사 시행기간중의 최근 경제성장률(전년동기대비), 물가상승률(전년동월대비), 실업률 및 기준금리에 대한 구체적 통계수치를 알고 있는가?(정량적 설문)

넷째, 각 경제지표의 구체적 통계수치를 알고 있는 것이 경제생활을 영위하는 데 얼마나 유용하다고 생각하는가?(4점 척도)

마지막으로 주요 경제지표에 대한 정보를 어떤 경로로 얻고 있는지도 함께 조사하였다. (다중 선택)

### 2. 조사방법

한국은행 소비자동향조사의 표본가구를 대상으로 설문조사를 실시하여 표본의 대표성과 조사의 편의성을 확보하고자 하였다. 소비자동향조사 표본가구는 2010년 인구주택총조사의 전국도시 일반가구<sup>3)</sup>를 조사모집단으로 하고 있으며 다음과 같은 확률표본설계방식에 의해 선정된 2,200가구로 구성되어 있다. 조사모집단을 지역별로 층화하여 층별 가구수 기준으로 확률비례배분하여 표본조사구를 계통추출하고, 추출된 표본조사구내 가구들을 다시 연령별로 층화하여 확률비례계통추출법에 의해 표본가구를 추출하는 층화다단추출법이 적용되었다. 설문조사 대상자는 표본가구의 가구주이며 조사표를 우편 및 전자설문방식으로 발송하

2) “매우 잘 알고 있다”, “대략적으로 알고 있다”, “들어는 보았으나 거의 알지 못한다”, “들어본 적도 없다”

3) 전체 가구중 집단가구(보육시설 등)와 외국인가구가 제외되며, 우리나라 전체 가구에 대한 조사모집단의 비중은 91.2% 수준

면 가구주가 직접 작성하는 자계기입방식으로 조사되고 있다.

본 조사에서는 2,200개 표본가구를 1,100개씩 2개의 그룹으로 나누어 설문지를 차별화하였다. 경제지표에 대한 일반적인 인식정도를 평가하는 정성적 문항은 두 가지 조사표에서 설문내용이 동일한 반면, 구체적 통계수치를 기입토록 요구하는 정량적 문항은 Opt-out 옵션의 제공여부, 즉 “전혀 알지 못하는 경우에는 답변하지 않으셔도 됩니다” 라는 문구의 추가여부에 따라 설문지를 이원화하였다.

### III. 소비자의 경제지표 인식수준 측정결과

소비자의 경제지표에 대한 인식수준을 설문조사해 본 결과 전체 2,200개의 표본가구 중에서 1,965가구가 참여하여 89.3%의 응답률을 보였다. 문항별로는 주요 경제지표에 대한 인식수준, 통계 발표에 대한 인지수준 등과 같은 정성적 문항에서는 무응답이 발생하지 않은 반면, 경제지표의 최근 통계수치를 기입하는 정량적 문항에서는 무응답률이 20~30% 가량 발생했다. 또한 설문지에 적극적 응답을 유도하는 Opt-out 옵션의 제공여부에 따라서도 응답률에 큰 차이를 보였다.

#### 1. 주요 경제지표에 대한 인지수준

응답자의 약 70% 이상은 국내총생산, 소비자물가지수, 실업률, 한국은행 기준금리 등 주요 경제지표의 의미에 대해 알고 있다고 응답하였다. 지표별로는 실업률이 87.7%로 가장 높고, 국내총생산(82.6%), 한국은행 기준금리(80.0%), 소비자물가지수(71.2%)의 순으로 나타났으며, “들어본 적도 없다”고 응답한 가구는 약 1~3% 수준으로 나타났다.

〈표 1〉 주요 경제지표의 의미에 대한 인지

	국내총생산	소비자 물가지수	실업률	한국은행 기준금리
매우 잘 알고 있다.	15.1	7.9	17.0	17.0
대략적으로 알고 있다.	67.5	63.3	70.7	63.0
(소계)	(82.6)	(71.2)	(87.7)	(80.0)
들어는 보았으나 거의 알지 못한다.	15.9	25.8	11.6	18.0
들어본 적도 없다.	1.5	3.0	0.7	2.0
(소계)	(17.4)	(28.8)	(12.3)	(20.0)

또한 가구주의 약 60% 이상은 각 경제지표가 해당 통계작성기관으로부터 주기적으로 발표되는 것을 알고 있다고 응답하였다. 지표별로는 한국은행 기준금리가 77.7%로 가장 높고, 실업률(69.9%), 국내총생산(69.4%), 소비자물가지수(61.0%)의 순으로 나타났으며 “들어본 적

도 없다'고 응답한 가구는 2~6% 수준으로 나타났다.

〈표 2〉 주요 경제지표의 통계공표에 대한 인지 (%)

	국내총생산	소비자 물가지수	실업률	한국은행 기준금리
매우 잘 알고 있다.	9.1	7.2	8.6	18.5
대략적으로 알고 있다.	60.3	53.8	61.4	59.2
(소계)	(69.4)	(61.0)	(69.9)	(77.7)
들어는 보았으나 거의 알지 못한다.	26.7	33.5	27.2	20.2
들어본 적도 없다.	4.0	5.5	2.9	2.1
(소계)	(30.6)	(39.0)	(30.1)	(22.3)

<표1>과 <표2>에서 국내총생산, 소비자물가지수 및 실업률의 경우 경제지표의 의미는 알고 있지만 해당 통계작성기관에서 주기적으로 발표된다는 사실은 알지 못하는 가구비율이 10~18%에 달하고 있다. 한편, 한국은행 기준금리의 경우 기준금리의 의미를 알고 있다는 가구와 공표기관을 인지하는 비율이 비슷하였다.

## 2. 경제지표의 유용성 평가 및 정보획득 경로

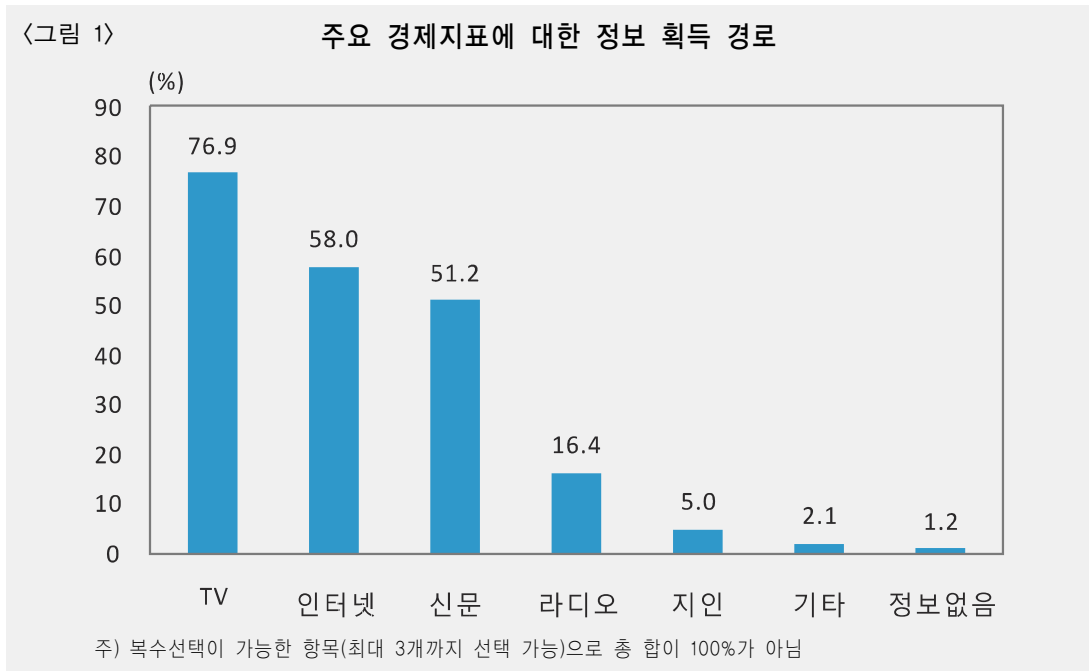
주요 경제지표의 통계수치를 정확하게 아는 것이 경제활동에 도움이 된다고 응답한 가구 비중은 전체 응답자의 45~68% 수준으로 나타났다. 지표별로는 한국은행 기준금리(68.1%)가 가장 높았으며 물가상승률(50.9%), 경제성장률(45.0%), 실업률(44.9%) 등의 순으로 나타났다.

〈표 3〉 경제활동에 대한 주요 경제지표의 유용성 (%)

	경제 성장률	물가 상승률	실업률	한국은행 기준금리
매우 도움이 된다.	4.9	5.5	4.4	15.6
약간 도움이 된다.	40.1	45.4	40.5	52.5
(소계)	(45.0)	(50.9)	(44.9)	(68.1)
별로 도움이 되지 않는다.	49.3	43.5	48.6	28.1
전혀 도움이 되지 않는다.	5.7	5.6	6.5	3.8
(소계)	(55.0)	(49.1)	(55.1)	(31.9)



한편 소비자들은 주요 경제지표에 대한 정보를 주로 TV(76.9%), 인터넷(58.0%) 및 신문(51.2%)을 통해 얻는 것으로 조사되었다. 다른 정보 경로로는 라디오(16.4%), 지인(5.0%), 기타(2.1%) 등으로 응답했고, 경제지표에 대해 전혀 정보가 없다고 응답한 가구는 1.2%로 나타났다.



### 3. 최근의 통계 수치 기입결과

주요 경제지표의 의미 및 공식통계 발표에 대한 인식수준 등과 같은 정성적 문항에 비해 4개 경제지표의 최근 통계 수치를 묻는 정량적 문항에서는 무응답률이 약 20~30%로 상대적으로 높은 수준을 보였다. 지표별로는 실업률의 무응답률이 29.5%로 가장 높았으며, 물가상승률 27.7%, 경제성장률 23.7%, 한국은행 기준금리 18.9% 순으로 나타났다.

이와 같이 무응답률이 높게 발생한 것은 경제지표에 대한 지식이 충분치 않거나 구체적인 통계수치를 기입해야 함에 따른 경험적 지식에 입각한 인지부담 등에 기인한 것으로 보인다. 즉, 경제지표에 대한 지식이 부족한 상태에서 잘못된 값을 적는 것에 대한 부담으로 인해 응답을 회피하는 경향을 보인 것이다. 또한 경제지표에 대해 알고 있더라도 구체적인 통계 수치를 기입하기 위해서 자신이 가지고 있는 정보를 기억하고 가공하는 데 따른 부담을 피하기 위해 무응답을 했을 가능성도 있다. 또한 각 경제지표별로 통계수치를 기입하지 않은 사람들의 41~56%가 주기적으로 관련 통계작성기관에서 통계가 발표되고

있다는 것을 ‘매우’ 또는 ‘대략적으로’ 알고 있다고 응답한 것은 조사대상자들이 구체적인 수치를 응답할 때 느끼는 부담이 상당히 크다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

한편 Opt-out 옵션이 있는 조사그룹은 옵션이 제공되지 않은 그룹에 비해 무응답률이 경제지표별로 30~40%p 정도 높아졌으며, 통계에 대해 ‘매우’ 또는 ‘어느 정도’ 알고 있다고 응답한 가구 중에서도 구체적 수치를 제공해야 하는 것에 부담을 느껴 응답하지 않은 가구도 옵션이 없는 경우에 비해 15~30%p 상승하였다. 이는 응답에 대한 강제성이 적은 경우 본인이 알고 있는 정보를 기억하고 가공하려는 인지부담을 겪지 않고 쉽게 무응답을 하려는 경향이 있음을 시사한다. 즉, Opt-out 옵션이 있는 경우 응답부담이 줄어들기 때문에 조사대상자가 구체적인 수치를 기입하는데 따르는 인지부담 및 응답오류 부담을 더 쉽게 기피하는 것으로 확인되었다.

〈표 4〉 주요 경제지표별 통계수치 무응답률

	무응답률			구체적 수치 제시에 대한 부담으로 무응답을 한 비율 <sup>1)</sup>		
	전체	Opt-out 옵션		전체	Opt-out 옵션	
		없음	있음		없음	있음
경제성장률	23.7	8.3	39.1	44.8	32.1	47.5
물가상승률	27.7	9.0	46.3	41.0	29.6	43.2
실업률	29.5	8.5	50.5	55.7	41.0	58.1
한국은행 기준금리	18.9	5.4	32.3	50.9	26.4	55.0

자료 : 구체적 수치를 기입하지 않은 사람 중에서 공식 통계발표에 대해 “매우 잘 알고 있다” 또는 “대략적으로 알고 있다” 로 응답한 비율

조사대상자들이 4개 경제지표별로 설문조사시기<sup>4)</sup>에서의 최근 통계 수치를 응답한 결과를 실제 발표된 통계수치와 비교해 본 결과 경제성장률은 평균 0.3%p 낮게 평가한 반면, 물가상승률, 실업률 및 기준금리는 각각 1.8%p, 4.0%p, 0.1%p 높게 기입한 것으로 나타났다. 이는 소비자들이 경제성장률은 실제보다 낮게 평가하고 물가상승률과 실업률은 높게 평가하는 등 현재 경제상황을 다소 부정적으로 해석하는 경향이 있음을 나타낸다. MAPPE (Mean Absolute Percent Point Error) 기준으로 응답의 정확성 수준을 평가한 결과 기준금리의 응답오차가 0.4%p로 가장 작고 경제성장률 1.5%p, 물가상승률 1.9%p, 실업률 4.9%p 순

4) 설문조사 기간(2013년 12월 10일 ~ 12월 22일)

으로 크게 나타났다.

Opt-out 옵션 제공 여부에 따라 응답한 통계수치와 참값과의 차이를 비교해 본 결과 경제성장률과 기준금리는 두 개 그룹간에 통계적으로 유의한 차이가 없는 반면 실업률과 물가상승률은 Opt-out 옵션이 주어지지 않은 그룹에서 더 높게 응답한 것으로 조사되었다. MAPPE는 4개 경제지표 모두 Opt-out 옵션이 주어진 그룹보다 없는 그룹에서 더 크게 나타나 구체적 수치를 응답해야 하는 부담이 크게 작용한 것으로 보인다.

〈표 5〉 주요 경제지표의 최근 통계수치 직접 기입결과

	평균 <sup>1)</sup>	MAPPE <sup>2)</sup>
경제성장률	3.0 (△0.3)	1.5
물가상승률	2.7 (+1.8)	1.9
실업률	7.3 (+4.6)	4.9
한국은행 기준금리	2.6 (+0.1)	0.4

자료 : 1) ( )내는 참값과의 차이

2) Mean Absolute Percent Point Error, 조사참여자의 응답값을  $R_{i,t}$ , 실제값을  $A_t$  라고 할 때 개별 응답자에 대해  $|R_{i,t} - A_t|$  를 구한 뒤 이들의 평균값으로 전반적인 응답오차 수준을 측정

〈표 6〉 Opt-out 옵션 유무에 따른 기입결과 비교

Opt-out 옵션	평균			MAPPE	
	없음	있음	t값 <sup>1)</sup>	없음	있음
경제성장률	3.0	2.8	1.28	1.7	1.3
물가상승률	3.0	2.3	4.23***	2.1	1.5
실업률	7.3	5.7	4.22***	5.4	3.8
한국은행 기준금리	2.6	2.5	1.36	0.5	0.3

자료 : 1) 옵션 유무에 따른 평균 차이의 유의성검정을 위한 t-통계량

\*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

## 4. 인구통계학적 특성별 경제통계 인식수준

정보획득에 필요한 비용과 이득에 있어 소비자의 성별, 연령, 거주지역, 직업, 주거형태

및 소득수준과 같은 인구통계학적 특성별로 차이가 있는지를 주요 경제지표에 대한 소비자의 지식수준과의 연관성을 통해 살펴보았다. 이를 위해 인구통계학적 특성, Opt-out 옵션 제공 유무 및 통계의 유용성에 대한 평가수준별로 구체적 수치 기입여부가 달라지는지를 로지스틱회귀모형을 통해 분석하고, 계층별로 응답오차에 차이가 있는지를 통상회귀모형을 통해 살펴보았다.(<표 7>, <표 8>)

가구주의 성별로는 여성이 남성보다 경제성장률, 물가상승률, 기준금리에 대한 응답률이 낮게 나타났으며, 응답오차는 4개 지표 모두에서 통계적으로 유의한 차이<sup>5)</sup>를 보이지 않았다. 즉, 주요 경제지표에 대한 지식수준은 남녀간에 차이가 없지만 여성이 남성보다 구체적인 수치를 직접 기입하는데 따른 인지부담 또는 응답오류부담을 더 크게 느끼는 것으로 보인다.

가구주의 연령별로는 경제성장률, 물가상승률 및 실업률의 응답률에 차이를 보이지 않았다. 단 기준금리는 고연령층의 응답률이 상대적으로 높게 나타났는데 이는 가계소득에서 이자소득의 비중이 높은 고연령층일수록 기준금리에 대한 관심이 상대적으로 높기 때문인 것으로 보인다. 한편 경제성장률의 경우 중장년층의 응답오차가 노령층의 응답오차보다 유의하게 작은 것으로 나타났으며 이는 경제활동인구 비중이 높은 중장년층이 노령층보다 동 지표에 대한 지식이 더 높기 때문인 것으로 판단된다. 그러나 물가상승률과 실업률, 기준금리는 연령별로 응답오차의 차이를 보이지 않았다.

가구주의 직업 및 주거형태별로는 응답률에 차이를 보이지 않았지만, 응답오차는 가구주 특성에 따라 유의한 차이를 보였다. 자영업자는 봉급생활자 등 여타 직업군과 비교해 물가상승률과 실업률에서의 응답오차가 크게 나타나 공식통계의 정확한 수치에 대한 정보가 상대적으로 부족한 것으로 보인다. 이는 자영업자의 경우 국내 물가의 종합적인 수준을 나타내는 소비자물가지수보다는 본인이 종사하는 업종과 관련된 개별품목의 가격에 더 민감하며, 실업률도 구직자에 비해 관심이 상대적으로 떨어지기 때문인 것으로 보인다. 경제성장률과 기준금리는 직업에 따른 응답오차가 무차별한 것으로 나타났다. 한편 기타(무직 포함)에 해당하는 응답자는 봉급생활자 및 자영업자와 비교해 전반적으로 응답오차가 낮게 나타났다. 이는 구직활동에 적극적인 무직자 그룹이 경제상황에 대한 정보를 얻기 위해 노력하고 있음을 시사한다. 주거형태별로는 자가 거주자가 전월세 등 임차 거주자보다 물가상승률과 한국은행 기준금리의 응답오차가 낮았다. 이는 주택소유자의 상당수가 주택담보대출을 받고 있어 본인이 부담하는 실질금리에 영향을 주는 물가와 한국은행기준금리에 대해 관심이 높기 때문인 것으로 추정된다.

경제지표에 대한 인식수준은 소득수준에 의해 가장 크게 영향을 받는 것으로 나타났다.

5) 유의수준  $\alpha = 0.1$ 에서 통계적 유의성을 판단하였음

4개 경제지표 모두에 있어 소득이 높을수록 구체적인 수치를 기입하는 데 더 적극적이고 고소득층에 속하는 가구가 소득이 낮은 그룹에 비해 경제통계의 구체적 수치를 보다 정확히 인지하여 응답오차가 낮게 나타났다. 한편 4개 경제지표의 통계수치에 대한 지식의 유용성을 높게 평가한 응답자일수록 구체적인 수치를 기입한 비율이 높았으며, 한국은행 기준금리의 경우에는 응답오차도 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 이는 한국은행 기준금리를 아는 것이 도움이 된다고 평가하는 사람들이 보다 적극적으로 구체적인 통계 수치 정보를 얻기 위해 노력한 결과 응답오차가 감소한 것으로 볼 수 있다. 그러나 경제성장률, 물가상승률, 실업률의 경우에는 유용성 평가 수준에 따른 응답오차에 유의한 차이를 보이지 않았다.

또한 Opt-out 옵션이 주어진 설문문항에 참여한 가구의 응답률이 4개 경제지표 모두에서 옵션이 없는 경우에 비해 낮고 응답오차의 정확성도 높게 나타나 설문구성 방식이 응답결과에 크게 영향을 미치게 됨을 확인할 수 있었다.

〈표 7〉 인구통계학적 특성에 따른 구체적 수치 기입 여부<sup>1)</sup>

	경제성장률		물가상승률	
	계수 <sup>2)</sup>	Wald $\chi^{23}$	계수 <sup>2)</sup>	Wald $\chi^{23}$
성별	-0.40 (0.16)	6.0**	-0.41 (0.16)	6.4**
연령	-0.11 (0.10)	1.2	0.11 (0.10)	1.3
지역	-0.04 (0.07)	0.3	0.04 (0.07)	0.4
직업	0.03 (0.08)	0.1	0.02 (0.08)	0.0
주거형태	-0.10 (0.14)	0.6	-0.16 (0.13)	1.6
소득	0.16 (0.04)	14.6***	0.17 (0.04)	17.8***
유용성 평가수준	-0.46 (0.09)	26.8***	-0.39 (0.08)	20.9***
Opt-out 옵션	-2.04 (0.14)	224.3***	-2.25 (0.13)	289.2***
	실업률		한국은행 기준금리	
	계수 <sup>2)</sup>	Wald $\chi^{23}$	계수 <sup>2)</sup>	Wald $\chi^{23}$
성별	-0.22 (0.17)	1.8	-0.48 (0.18)	7.3***
연령	0.04 (0.10)	0.2	0.21 (0.11)	3.4*
지역	-0.00 (0.07)	0.0	0.02 (0.08)	0.0
직업	0.03 (0.08)	0.1	0.01 (0.09)	0.0
주거형태	0.06 (0.13)	0.2	-0.17 (0.15)	1.3
소득	0.21 (0.04)	28.0***	0.16 (0.05)	12.6***
유용성 평가수준	-0.24 (0.08)	8.2***	-0.86 (0.09)	89.9***
Opt-out 옵션	-0.26 (0.13)	338.3***	-2.28 (0.16)	193.9***

자료 : 1) 로지스틱 회귀분석(종속변수: 응답여부)

2) ( )내는 표준오차

3) \*:  $p < 0.1$ , \*\*:  $p < 0.05$ , \*\*\*:  $p < 0.01$

〈표 8〉 인구통계학적 특성에 따른 응답오차 수준<sup>1)</sup>

변수	경제성장률			물가상승률		
	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>
성별(비교범주: 여자)						
남자	-0.09 (0.22)	-0.42	0.17	-0.01 (0.28)	-0.05	0.00
연령(비교범주: 60세 이상)						
40세 미만	-0.01 (0.26)	-0.06	3.16**	-0.19 (0.33)	-0.59	0.91
40~50대	-0.40 (0.20)	-2.02**		-0.32 (0.24)	-1.33	
지역(비교범주: 기타도시)						
서울	-0.06 (0.19)	-0.32	0.70	0.11 (0.24)	0.48	1.23
6대광역시	0.17 (0.17)	0.98		0.33 (0.21)	1.57	
직업(비교범주: 기타)						
근로자	0.16 (0.21)	0.78	0.30	0.14 (0.26)	0.53	5.44***
자영업자	0.12 (0.24)	0.49		0.85 (0.29)	2.93**	
주거형태(비교범주: 임차 등)						
자가	0.00 (0.17)	0.01	0.00	-0.41 (0.22)	-1.87*	3.48*
수입(비교범주: 500만원 이상)						
100만원 미만	1.03 (0.32)	3.18***	2.82**	0.91 (0.40)	2.29**	4.10***
100~200만원	0.53 (0.26)	2.03**		1.30 (0.32)	4.01***	
200~300만원	0.41 (0.23)	1.80*		0.67 (0.28)	2.36**	
300~400만원	-0.02 (0.23)	-0.07		0.08 (0.29)	0.28	
400~500만원	0.16 (0.24)	0.65		0.36 (0.30)	1.21	
통계의 유용성 평가(비교범주: 전혀 도움이 되지 않는다)						
매우 도움이 된다	0.25 (0.45)	0.56	0.31	0.06 (0.54)	0.11	0.99
약간 도움이 된다	0.14 (0.33)	0.41		-0.48 (0.43)	-1.12	
별로 도움이 되지 않는다	0.02 (0.33)	0.05		-0.42 (0.43)	-0.97	
Opt-out 옵션(비교범주: 옵션 있음)						
옵션 없음	0.32 (0.15)	2.16**	4.67**	0.65 (0.19)	3.49***	12.17***

자료 : 1) OLS추정(종속변수: 응답오차)

2) ( )내는 표준오차

3) \*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

〈표 8〉 인구통계학적 특성에 따른 응답오차 수준<sup>1)</sup>(계속)

변수	경제성장률			물가상승률		
	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>
성별(비교범주: 여자)						
남자	-1.24 (0.66)	-1.90*	3.59*	0.13 (0.11)	1.20	1.44
연령(비교범주: 60세 이상)						
40세 미만	-0.84 (0.78)	-1.07	1.36	-0.21 (0.13)	-1.66	1.38
40~50대	-0.97 (0.59)	-1.65		-0.10 (0.10)	-1.03	
지역(비교범주: 기타도시)						
서울	0.15 (0.56)	0.27	0.05	-0.07 (0.09)	-0.77	0.48
6대광역시	0.13 (0.51)	0.26		0.03 (0.08)	0.34	
직업(비교범주: 기타)						
근로자	0.54 (0.62)	0.88	2.49*	0.09 (0.10)	0.83	0.39
자영업자	1.53 (0.70)	2.18**		0.09 (0.12)	0.74	
주거형태(비교범주: 임차 등)						
자가	0.35 (0.52)	0.67	0.45	-0.16 (0.09)	-1.84*	3.40*
수입(비교범주: 500만원 이상)						
100만원 미만	1.97 (0.97)	2.02**	2.22**	0.54 (0.16)	3.37***	4.08***
100~200만원	1.60 (0.78)	2.05**		0.51 (0.13)	3.96***	
200~300만원	1.46 (0.67)	2.18**		0.27 (0.11)	2.40**	
300~400만원	0.61 (0.70)	0.87		0.12 (0.12)	1.02	
400~500만원	-0.36 (0.72)	-0.50		0.17 (0.12)	1.46	
통계의 유용성 평가(비교범주: 전혀 도움이 되지 않는다)						
매우 도움이 된다	-0.40 (1.33)	-0.30	1.16	-1.43 (0.25)	-5.78***	11.91***
약간 도움이 된다	-1.42 (0.95)	-1.51		-1.35 (0.24)	-5.71***	
별로 도움이 되지 않는다	-1.49 (0.94)	-1.59		-1.22 (0.24)	-5.05***	
Opt-out옵션(비교범주: 옵션 있음)						
옵션 없음	1.47 (0.45)	3.24**	10.48***	0.18 (0.07)	2.25**	6.50**

자료 : 1) OLS추정(종속변수: 응답오차)

2) ( )내는 표준오차

3) \*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

## IV. 종합적인 지식수준 분석

앞 장에서 살펴 본 인구통계학적 특성별 소비자의 경제정보에 대한 인식수준은 경제지표에 따라 다소 차이를 보이는 것으로 나타났다. 경제성장률, 물가상승률, 실업률 및 한국은행 기준금리 등 조사대상 경제지표 모두 가구의 소득수준에 따라 인식수준이 유의한 차이를 보였으며, 경제성장률은 연령별로, 물가상승률은 직업과 주거형태별로, 실업률은 성별로, 기준금리는 주거형태별로 인식수준이 서로 다른 것으로 나타났다.

여기서는 소비자의 경제정보에 대한 종합적인 지식수준을 알아보기 위해 4개 경제지표의 최근 통계 수치 응답 결과를 지식점수(Knowledge Score)로 환산하고 소비자의 인구통계학적 특성과 통계의 유용성 판단 등에 의한 지식점수의 영향력을 회귀모형에 의해 분석함으로써 소비자들의 경제정보에 대한 지식의 결정요인을 평가해 보았다.

### 1. 지식점수(Knowledge Score)

Blinder and Krueger(2004)가 제시한 지식점수는 4개 경제지표별로 응답값과 참값과의 차이인 응답오차를 기준으로 개별 응답자의 상대점수를 계산한 것으로서 지식점수가 높을수록 전반적인 경제정보에 대한 인식수준이 높음을 의미한다.

지식점수는 다음과 같은 방식에 의해 산출하였다. 먼저 경제지표별로 응답자의 응답값과 참값의 차이인 응답오차  $E_{i,t}$  ( $= |R_{i,t} - A_t|$ ,  $R_{i,t}$ 는 지표 t에 대한 응답자 i의 응답값,  $A_t$ 는 지표 t의 참값)를 계산한다. 둘째로 경제지표별로 응답오차  $E_{i,t}$ 가 작은 응답자에게 높은 순위를 부여하는 Percentile rank method<sup>6)</sup>(Crocker, L. and Algina, J., 1986)에 의해 원점수(raw score)를 산출한다. 셋째로 4개 경제지표의 원점수를 단순평균하여 개별 응답자의 지식점수를 계산한다. 이때 4개 지표 모두를 기입하지 않은 표본은 제외하였다.

위와 같은 방법으로 산출된 지식점수는 4개 경제지표의 최근 통계수치 기입값이 참값에

6) 전체집단에서 자신보다 점수가 낮은 사람들의 비율을 이용해 점수를 구하는 방식, Percentile rank가 90인 경우 자신보다 낮은 점수에 있는 사람이 90%임을 의미. 단순 rank에 의한 순위를  $j$ 라고 할 때, Percentile rank는 아래와 같이 표현

$$\text{Percentile Rank} = \frac{cf_i - 0.5f_j}{N} \times 100,$$

여기서  $cf_i$  :  $j$  보다 낮은 순위의 누적빈도,  $f_j$  :  $j$ 의 빈도



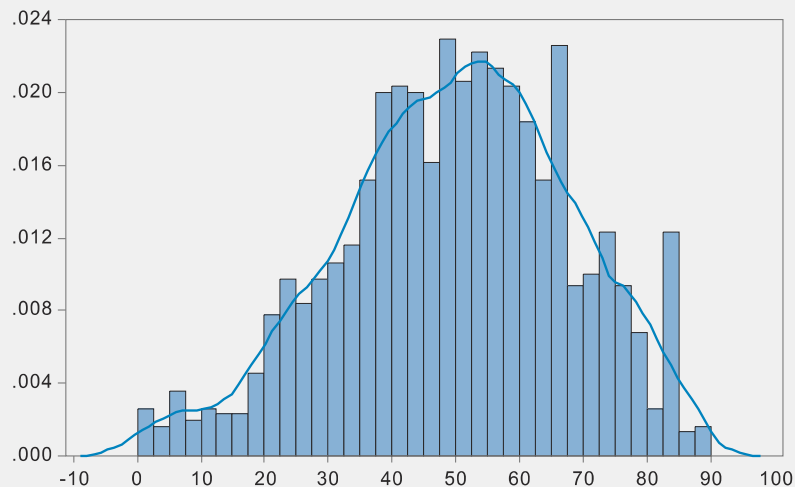
가까울수록 높은 점수를 가지며 응답자의 종합적인 지식수준을 나타내는 지표로 사용될 수 있다. 이와 같은 방식으로 계산해 본 응답자들의 지식점수의 평균은 49.8, 표준편차는 18.4로 나타났다.

〈표 9〉 지식점수 통계량

대상자 수	평균	표준편차	최소값	최대값	왜도	첨도
1,239	49.8	18.4	0.8	86.5	-0.17	-0.30

〈그림 2〉

지식점수 분포



## 2. 지식점수 결정요인

응답자의 인구통계학적 특성에 따라 응답자의 지식점수가 결정된다고 가정하고 다음과 같은 회귀모형에 의해 우리나라 소비자들의 경제지표에 대한 지식수준의 결정요인을 분석해 보았다.

$$K_i = f(D_{ij}, Z) + e_i$$

여기서  $K_i$ 는 응답자별 지식점수,  $D_{ij}(i = 1, \dots, n, j = 1, \dots, 5)$ 는 성별, 연령, 소득수준, 주거유형, 직업 등 인구통계학적 특성별 범주형 변수,  $Z$ 는 통계의 유용성 평가결과를 나타내

는 순서형 변수이다.

응답자들의 지식점수에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과 소비자들의 종합적인 지식수준은 직업, 주거형태, 소득 및 통계에 대한 유용성 평가 등에 의해 영향을 받는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 자영업자의 지식점수가 다른 직업군보다 다소 낮게 나타났으며, 자가주택에 거주하는 응답자의 지식점수는 임차 등에 거주하는 응답자보다 높은 것으로 나타났다. 또한 소득이 많고 통계의 유용성을 높게 평가하는 응답자일수록 지식점수가 높아지는 것으로 나타났다.

〈표 10〉 인구통계학적 특성에 따른 지식점수 비교<sup>1)</sup>

변수	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>
성별(비교범주: 여자)			1.38
남자	-1.86 (1.58)	-1.17	
연령(비교범주: 60대 이상)			0.39
40대 미만	-1.54 (1.83)	-0.84	
40~50대	-0.41 (1.38)	-0.30	
직업(비교범주: 기타)			2.90*
근로자	0.41 (1.46)	0.28	
자영업자	-2.97 (1.67)	-1.78*	
주거형태(비교범주: 임차 등)			3.69*
자가	2.34 (1.22)	1.92*	
수입(비교범주: 500만원 이상)			6.34***
100만원 미만	-9.78 (2.26)	-4.32***	
100~200만원 미만	-6.75 (1.84)	-3.67***	
200~300만원 미만	-5.76 (1.60)	-3.60***	
300~400만원 미만	-0.69 (1.67)	-0.41	
400~500만원 미만	-1.96 (1.69)	-1.16	
통계의 유용성 평가(비교범주: 중요하지 않다)			5.27***
중요하다	4.03 (1.24)	3.25**	
보통	1.82 (1.26)	1.44	

자료 : 1) OLS추정(종속변수: 지식점수)

2) ( )내는 표준오차

3) \*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

한편 옵션이 없는 그룹과 있는 그룹의 지식점수를 비교한 결과 옵션이 있는 그룹의 평균점수가 약 7점 가량 높아 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 또한 옵션을 주지 않은 그룹의 표준편차가 옵션을 준 그룹보다 상대적으로 작아 평균점수를 중심으로 보다 집중화된 모습을 보였다.

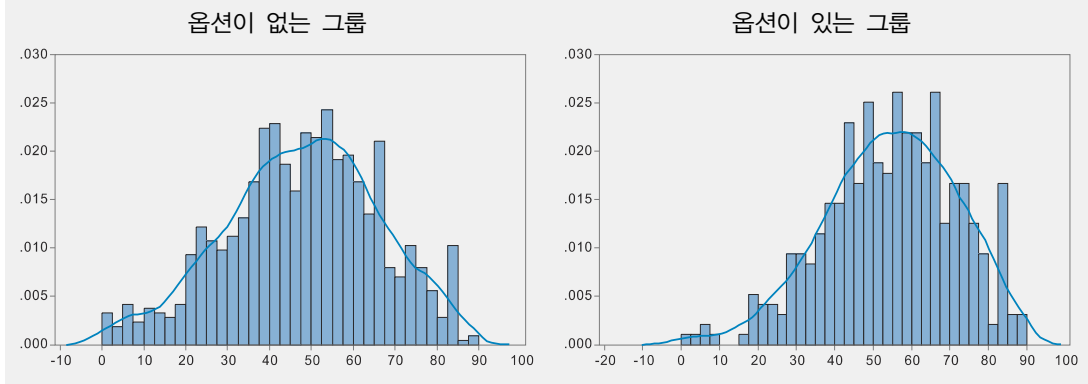
〈표 11〉 Opt-out 옵션 유무에 따른 지식점수 비교

Opt-out 옵션	표본 크기	평균	표준편차	왜도	첨도	t값 <sup>1)</sup>
없음	856	47.6	18.4	-0.11	-0.30	-6.30***
있음	383	54.6	17.3	-0.29	-0.15	

자료 : 1) 독립표본 t 검정통계량

\*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

〈그림 3〉 Opt-out 옵션 유무에 따른 지식점수 분포



옵션이 주어지지 않은 그룹의 종합적인 지식수준은 직업, 주거형태, 소득 및 통계의 유용성 평가 정도 등에 의해 영향을 받는 것으로 나타났다. 지식점수는 근로자가 자영업자에 비해 높고, 자가주택 거주자가 임차 등에 거주하는 사람보다 높으며, 소득이 많고 통계의 유용성을 높게 평가할수록 높아지는 모습을 보였다.

반면 옵션이 주어진 그룹의 지식수준에는 성별을 제외한 다른 요인들이 유의한 영향력을 주지 않는 것으로 나타났다. 구체적으로 여성의 지식점수가 남성보다 높았으며 소득 등 기타 요인은 종합적인 지식수준에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

〈표 12〉 Opt-out 옵션이 없는 그룹의 지식점수 영향요인 분석<sup>1)</sup>

변수	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>
성별(비교범주: 여자)			0.01
남자	-0.20 (1.86)	-0.11	
연령(비교범주: 60대 이상)			0.28
40대 미만	-0.23 (2.17)	-0.10	
40~50대	0.88 (1.66)	0.53	
직업(비교범주: 기타)			5.89**
근로자	-0.60 (1.75)	-0.34	
자영업자	-6.00 (2.03)	-2.96***	
주거형태(비교범주: 임차 등)			4.19**
자가	2.98 (1.46)	2.05**	
수입(비교범주: 500만원 이상)			5.94***
100만원 미만	-11.18 (2.68)	-4.18***	
100~200만원 미만	-7.52 (2.19)	-3.44***	
200~300만원 미만	-6.17 (1.92)	-3.21***	
300~400만원 미만	-0.15 (2.04)	-0.07	
400~500만원 미만	-1.64 (2.05)	-0.08	
통계의 유용성 평가(비교범주: 중요하지 않다)			4.53**
중요하다	4.31 (1.47)	2.93***	
보통	0.91 (1.51)	0.60	

자료 : 1) OLS추정(종속변수: 지식점수)

2) ( )내는 표준오차

3) \*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

〈표 13〉 Opt-out 옵션이 있는 그룹의 지식점수 영향요인 분석<sup>1)</sup>

변수	계수 <sup>2)</sup>	t값 <sup>3)</sup>	F값 <sup>3)</sup>
성별(비교범주: 여자)			6.15**
남자	-7.18 (2.90)	-2.48**	
연령(비교범주: 60대 이상)			1.51
40대 미만	-3.92 (3.32)	-1.18	
40~50대	-4.10 (2.37)	-1.73*	
직업(비교범주: 기타)			0.82
근로자	2.97 (2.51)	1.18	
자영업자	3.07 (2.83)	1.08	
주거형태(비교범주: 임차 등)			0.05
자가	0.50 (2.14)	0.23	
수입(비교범주: 500만원 이상)			0.98
100만원 미만	-6.85 (4.06)	-1.69*	
100~200만원 미만	-4.57 (3.29)	-1.39	
200~300만원 미만	-5.01 (2.76)	-1.82*	
300~400만원 미만	-3.24 (2.76)	-1.17	
400~500만원 미만	-4.02 (2.88)	-1.39	
통계의 유용성 평가(비교범주: 중요하지 않다)			0.36
중요하다	1.75 (2.25)	0.78	
보통	1.59 (2.28)	0.70	

자료 : 1) OLS추정(종속변수: 지식점수)

2) \*: p값<0.1, \*\*: p값<0.05, \*\*\*: p값<0.01

## V. 맺음말

경제주체들의 경제정보 인식과 관련한 가정이 경제이론과 분석에서 중요한 역할을 하고 있음에도 국내 소비자들의 인식수준에 대한 실증적 분석은 미흡한 실정이다. 따라서 본고에서는 국내총생산, 소비자물가지수, 실업률 및 한국은행 기준금리 등 4개 경제지표에 대한 우리나라 소비자들의 인식 수준을 평가하기 위해 전국도시의 가구주들을 대상으로 설문조사를 실시하고 그 결과를 분석하였다.

먼저, 우리나라 가구주의 70% 이상은 국내총생산, 소비자물가, 실업률 및 한국은행 기준금리 등 경제지표의 의미를 알고 있으며, 60% 이상은 관련 통계를 주기적으로 발표하는 통계작성기관을 인지하고 있다고 응답하였다. 그러나 현재시점에서의 정확한 통계수치를 알고 있는 가구주는 많지 않은 것으로 조사되었다. 한편 경제지표의 통계수치를 정확하게 알고 있는 것이 경제생활을 영위하는 데 유용하다고 응답한 가구들이 그렇지 않다고 응답한 가구에 비해 실제 통계수치를 보다 정확히 인식하고 있는 것으로 나타났다. 그 중에서도 한국은행 기준금리를 정확하게 아는 것이 경제생활에 도움이 된다고 응답한 가구비중이 약 68%에 달하고 한국은행 기준금리를 정확히 알고 있는 가구도 약 50%에 달해 다른 경제지표에 비해 상대적으로 정확한 수치를 인지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 한국은행 기준금리의 응답오차(MAPPE 기준)는 0.4%p로 경제성장률(1.5%p), 물가상승률(1.9%p), 실업률(4.9%p)에 비해 크게 낮았다.

둘째, 가구주들이 응답한 경제성장률의 평균은 실제성장률보다 낮은 반면 물가상승률과 실업률은 높아 경제를 부정적으로 평가하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 한편 비율 통계인 실업률의 응답오차가 인지부담이 상대적으로 큰 증가율 형태의 경제성장률, 물가상승률의 응답오차보다 더 크게 나타났으며 이는 국제기준에 의해 작성되는 공식 통계에 의한 실업률보다 소비자들이 체감하는 실업률이 보다 높음을 의미한다고 볼 수 있다

셋째, 인구통계학적 특성별로는 가구주의 성별, 연령보다는 직업, 주거형태 및 소득수준에 따라 공식 통계수치에 대한 인식 수준에 차이가 있는 것으로 나타났다. 직업별로는 구직자가 포함된 기타그룹에 해당하는 응답자가 경제상황 전반에 대한 정보를 적극적으로 수집하기 때문에 지식수준이 더 높은 반면, 자영업자는 물가상승률, 실업률에 대한 지식수준이 상대적으로 낮았다. 주거형태별로는 자가주택 거주자가 주택담보대출 등 물가 및 금리와 관련된 정보이용 경험이 많아 동 지표에 대한 지식수준이 높은 것으로 나타났다. 이는 소비자들이 각자의 경제상황에 따라 경제지표에 대한 필요성을 다르게 느끼기 때문에

발생하는 정보수준의 차이로 정보획득의 비용과 편익에 따라 합리적으로 정보수준을 결정한다는 가정과 부합한다. 한편 소득수준별로는 소득이 높을수록 구체적인 통계수치를 기입한 비율이 높고 응답오차가 낮은 현상이 나타났다. 특정 지표가 아니라 4개 경제지표 모두에 대해서 같은 현상이 나타난 것으로 볼 때 소득의 영향은 특정 경제정보에 대한 필요성에 따른 선택적인 차이보다는 저소득계층의 경제정보가 취약한 데 기인한 것으로 보인다.

한편 Opt-out 옵션은 구체적인 통계수치를 기입한 비율 및 응답오차 뿐만 아니라 조사결과 분석에도 영향을 미치는 것으로 확인되었다. Opt-out 옵션이 주어진 그룹은 옵션이 주어지지 않은 그룹보다 무응답률이 약 30~40%p 가량 높았으며 응답오차도 다소 낮게 나타났다. 한편 가구주의 전반적인 경제지표에 대한 지식수준을 나타내는 지식점수는 옵션이 주어지지 않은 그룹의 경우 직업, 주거형태, 소득, 통계의 유용성 평가 등에 따라 차이를 보인 반면, 옵션이 있는 그룹은 성별에서만 유의한 차이를 보였다. 이러한 결과는 Opt-out 옵션 등 설문방식의 차이에 따라 조사결과가 달라질 수 있으며 조사대상자가 가능한 한 성의있고 정확한 응답을 하도록 설문내용을 만드는 것이 중요함을 시사한다.

가구주들의 주요 경제지표에 대한 지식수준을 평가하고 지식수준의 결정요인 등을 분석한 결과는 일반 소비자들의 경제통계에 대한 인식 수준을 높이기 위해 통계의 유용성을 홍보하고 정보취약계층에 대한 적극적인 경제교육이 필요함을 시사하고 있다. 또한 소비자의 경제정보에 대한 인식 수준을 체계적으로 파악하기 위해서 경제상황 변화에 따른 인식 수준의 변화 측정 등과 같은 후속 연구가 필요한 것으로 보인다.

## 참고문헌

- Blinder, A. S. et al.(2004), “What Does the Public Know about Economic Policy, and How Does It Know It?”, NBER Working Paper No. 10787
- Crocker, L. and Algina, J. (1986), “Introduction to calssical and modern test theory, Harcourt Brace College Publishers.
- Curtin R. (2007), “What US Consumers know about Economic Conditions”, in Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies, OECD, Paris.
- Curtin R. (2009), “What US Consumers Know About the Economy: the Impact of Economic Crisis on Knowledge”, paper presented at the III OECD World Forum on “Measuring the Progress of Societies”, Busan, Republic of Korea, October.
- Fullone F., Gamba M., Giovannini E., Malgarini M., (2008), “What do Citizens Know About Statistics? The Results of an OECD/ ISAE Survey on Italian Consumers”, in Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies, OECD, Paris.