

의약품 표시와 소비자능력

남수정 (전주대 가정교육과 조교수)
유현정 (충북대 주거환경소비자학과 조교수)

본 연구는 의약품 표시에 대한 소비자능력(지식, 태도, 행동)을 측정하는 연구로 의약품의 올바른 사용을 위해 제공되고 있는 표시가 소비자들에게 현실적인 도움이 되는가에 살펴보았다.

본 연구를 수행하기 위해 시관되는 의약품 중 의사의 처방 없이도 구입가능한 일반의약품 중 의약품 전문가의 자문을 통해 진통제, 계산제, 지사제를 선택하여 이 의약품에서 제공하고 있는 표시에 대한 소비자의 지식을 측정하였고, 기존 연구를 기초로 하여 이러한 표시에 대한 태도를 유용성, 신뢰성, 중요도, 이해도 측면에서 측정하였으며, 역시 기존 연구를 기초로 하여 행동을 확인성과 활용성의 측면에서 측정하였다.

구체적인 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 의약품 표시에 대한 일반 소비자들의 지식을 살펴보면 의약품 표시에 기재되었 있는 용어에 대한 소비자들의 지식은 10점 만점에 3.84로 매우 낮은 것으로 나타났다. 의약품 표시에 기재되어 있는 내용들은 대부분 성분과 관련된 전문용어가 대부분을 차지하고 있으며 그 밖의 복용방법이나 보관방법 등에 대한 설명에서도 일상적으로 쓰이지 않는 한자들을 사용하고 있는 전반적인 소비자들의 지식 정도가 낮은 것으로 보여진다.

둘째, 의약품 표시에 대한 소비자들의 태도인 유용성, 신뢰성, 중요도, 이해도의 평균점수는 5점 만점에 각각 3.83, 3.55, 3.79, 3.37로 나타났다. 이를 평균값은 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 중요도가 가장 높고 이해도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

셋째, 의약품표시에 대한 소비자들의 행동인 확인성과 활용성의 평균점수는 역시 5점 만점에 3.31, 3.35로 나타났다.

넷째, 의약품 표시에 대한 소비자의 지식, 태도, 행동 간의 상관관계를 살펴보면 지식과 태도가 .071, 지식과 행동이 .117, 그리고 태도와 행동이 .715로 나타나 태도와 행동간의 상관관계가 비교적 높은 것으로 나타났다.

마지막으로 의약품 표시에 대한 소비자능력에 영향을 주는 요인을 살펴보면, 먼저 개인변수에서는 연령이 확인성과 활용성이 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 구체적으로 연령이 많아질수록 확인성과 활용성의 점수가 높아지는 것으로 나타났다. 교육년수의 경우 교육년수가 많을수록 지식점수가 높아지는 것으로 나타났으며 역시 교육년수가 많아질수록 유용성을 높게 인식하는 것으로 나타났다. 건강변수의 영향을 살펴보면 건강상태, 건강관리 관심도, 약물복용여부 중 건강상태는 확인성과 활용성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 건강관리 관심도는 유용성, 신뢰성, 이해도, 확인성, 활용성 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 약물복용 여부에 따라 의약품 표시에 대한 소비자 기능의 차이는 발견되지 않았다.