

# 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인 평가

강종현\* · 이성희  
순천대학교 조리과학과

## Factor Influencing on the Level of Perceived Helpfulness of Country of Origin in Predicting the Quality of Chicken

Jong-Heon Kang\*, Seong-Hee Lee  
Cooking Science, Suncheon National University

### Abstract

The purpose of this study was to measure respondent's demographic characteristics, respondent's attitudes toward chicken, and factor influencing on the level of perceived helpfulness of country of origin in predicting the quality of chicken. The data was collected through a consumer survey during the March 2006. A total number of 250 meat consumers living in Suncheon, the eastern part of Chonnam, were randomly selected as respondents. Eleven respondents did not complete the survey instrument, resulting in a final sample size of 239. All estimations were carried out using chi-square, correlation, and logistic procedure of SAS package. The results are as follows. The level of perceived helpfulness of country of origin in predicting the quality of chicken was significantly different by age and occupation of demographic variables, and was significantly correlated with respondent informed of attitude variables. The proportional odds assumption of model was not violated at  $p < 0.05$ . The effects of income, occupation and respondent informed on the level of perceived helpfulness of country of origin in predicting the quality of chicken. The results from this study could be useful in developing marketing and health promotion strategies, as well as government trade policy.

**Key Words** : Country of origin, proportional odds assumption, logistic procedure

## 1. 서 론

원산지 연구의 주요 가정은 상품과 상품 속성들에 대한 지각도가 상품의 원산지에 따라 달라진다는 것이다. 이러한 가정을 검증하기 위하여 행해진 대부분의 연구들은 자동차와 TV와 같은 산업재에 관한 연구들이었고, 식품에 대한 소비자의 태도에 관한 연구들에서 원산지 연구는 많이 이루어지지 않았다. 원산지에 관한 연구들은 수입상품에 대한 소비자들의 지각도들이 상품의 원산지에 의해 영향을 받는 것을 일관되게 보여주고 있다. 그러나 특정 상품으로 한정되어 있을 뿐만 아니라 산업재에 대해 행해진 연구들의 결과를 닭고기와 같은 수입식품에 대한 소비자들의 지각도의 결과로 일반화 하는 것이 부적합할 수 있다(Juric & Worsley 1998). 따라서 닭고기와 같은 특정 식품 원산지의 표시에 대한 연구가 필요하다.

식품의 원산지 표시와 관련된 국외연구들로는 식품에 대한 영양, 맛, 안전, 가치, 환경영향, 품질, 가격의 원산지별

차이를 분석한 연구(Juric & Worsley 1998), 돼지고기, 닭고기와 소고기의 품질과 안전 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인을 평가한 연구(Hoffmann 2000), 그리고 소고기 원산지 표시의 중요도에 미치는 영향요인을 평가한 연구(Verbeke & Ward 2006)가 있었다.

상품의 원산지와 관련된 소비자의 태도와 행동에 대하여 연구한 국내연구들로는 다음과 같은 연구들이 있었다. 먼저 원산지 표시가 상품에 대한 품질과 구매의도에 미치는 영향을 평가한 연구들로 원산지 표시가 상품에 대한 태도, 제품평가, 구매의도와 예상가격에 미치는 영향을 평가한 연구(Yu 1996), 원산지 표시가 상품에 대한 품질과 상품구성요소에 미치는 영향을 평가한 연구(Min & Jeon 1997), 원산지 표시가 상품에 대한 제품평가에 미치는 영향을 평가한 연구(Hong & Kim 1998), 그리고 원산지 표시가 상품에 대한 품질, 가치와 구매의도에 미치는 영향을 평가한 연구(Jeon & Min 1997)가 있었다.

상품에 대한 품질지각의 원산지별 차이를 평가한 연구(Cho 2002)와 상품에 대한 구매의도의 원산지별 차이를 평가한 연구(Hwang & Kim 2002)가 있었다. 특정 상품의 원산지로서의 특정 국가에 대한 이미지 혹은 그 국가에 대한 태도가 그 국가에 근거하고 있는 상품에 대한 평가에 중요한 단서로 작용하여 후광효과(halo effect)와 벨크로 효과(velcro effect)를 발생시킴으로써 그 상품의 다양한 특성들에 대한 평가에 긍정적 혹은 부정적으로 영향을 미치는지를 평가하고 있는 연구(Oh 등 2003)도 있었다. 이러한 선행연구들은 원산지 표시가 상품에 대한 품질과 구매의도에 미치는 영향을 평가한 연구들이었으며, 식품과 관련없는 상품들에 대한 연구들이었다.

식품의 원산지 표시와 관련된 국내연구들로는 원산지별 신선딸기 구입에 미치는 영향요인을 평가한 연구(Cho & Kim 2002), 식품에 대한 품질에 미치는 원산지 표시의 영향을 평가한 연구(Kim & Oh 2005)와 원산지가 서로 다른 국내산 원료로 만든 육포와 수입산 원료로 만든 육포에 대한 품질특성을 평가한 연구(Park & Lee 2005)도 있었다. 그리고 농수산물에 대한 원산지 표시의 확인 정도, 원산지 표시제의 인지정도, 원산지 표시제의 인지 경로, 원산지 표시제의 신뢰 정도와 원산지 표시제의 필요성에 대한 연령과 학력별 차이를 분석하고 있는 연구(Kim & Kim 1997; Kim 1999)와 같이 원산지 표시의 신뢰도와 필요성에 미치는 영향요인으로 연령과 학력을 제시한 연구도 있었다. 그러나 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인을 평가하여 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움된다고 생각하는 소비자는 어떤 인구통계적 특징을 보이는 집단이고, 어떤 닭고기에 대한 태도를 보이는 소비자인지를 제시하는 연구는 없었다. 따라서 본 연구는 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인의 평가모형을 개발하여 평가함으로써 어떤 인구통계적 변수와 어떤 닭고기에 대한 태도 변수가 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 영향을 미치는지를 분석하고자 한다.

## 11. 연구방법

### 1. 조사 대상

본 연구는 연구목적을 달성하기 위하여 2006년 3월 2일부터 15일까지 전남동부지역에서 2개 부문들로 구성된 250부의 설문지들을 배부하여 설문에 응답하도록 하는 방식으로 조사하였다. 회수된 250부 중 불완전하게 응답된 설문지 11부를 제외한 유효표본은 총 239부였다. 조사대상자들 중 남성은 110명이었고, 여성은 129명이었다. 20세 이하의 조사대상자는 37명으로 가장 적었고, 20-30세의 조사대상자는 110명으로 가장 많았다. 소득수준이 상위

층인 조사대상자는 9명으로 가장 적었고, 중산층인 조사대상자는 163명으로 가장 많았다. 16세 이하 어린이가 있는 조사대상자는 60명이었고, 독신인 조사대상자는 108명이었다. 직업이 화이트칼라인 조사대상자는 46명으로 가장 적었고, 무직인 조사대상자는 134명으로 가장 많았다. 학력이 고졸 이하인 조사대상자는 104명이었다.

### 2. 조사 내용과 측정방법

설문지는 2개 부문들로 구성되어 조사되었다. 첫 번째 부문은 조사대상자의 인구통계적 특징을 조사하기 위한 부분이었다. 인구통계적 특성에 관한 질문들은 선행연구들(Kim & Kim 1997; Kim 1999; Hoffmann 2000; Phang & Kim 2002; Huang 등 2004; Verbeke & Ward 2006)의 연구를 참고하여 성별, 연령, 소득수준, 16세이하 어린이 유무, 독신 유무, 직업과 교육수준에 관한 질문들로 구성되어 있는데, 이들은 명목척도로 측정되었다.

두 번째 부문은 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 관한 질문과 닭고기에 대한 태도에 관한 질문으로 구성되었다. 본 연구에서 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도(the level of perceived helpfulness of country of origin)란 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움된다고 생각하는 정도(how helpful or otherwise is country of origin in predicting the quality of chicken)이다(Hoffmann 2000). 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 관한 질문은 선행연구들(Kim & Kim 1997; Kim 1999; Hoffmann 2000; Verbeke & Ward 2006)의 연구를 참고하여 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시의 도움정도가 아주 크다고 생각하면 5를 선택하고 아주 크지 않다고 생각하면 1을 선택하도록 하는 방식의 5점 등간척도로 측정되었다. 그리고 본 연구는 Hoffmann(2000)의 연구에서와 같이 종속변수를 3개 범주로 구성된 서열척도 종속변수로 변환하여 서열척도 종속변수에 미치는 설명변수들의 영향을 평가하였다. 즉 서열척도로 변환된 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 인구통계적 변수와 닭고기에 대한 태도의 영향을 평가하고자 하였다. 따라서 본 연구는 5점 등간척도로 측정된 원산지 표시의 중요도에 대한 응답들 중에서 전혀 도움되지 않다는 응답(9.6%), 도움되지 않다는 응답(11.3%)과 모르겠다는 응답(33.9%)을 0점, 도움된다는 응답(28.5%)을 1점, 그리고 크게 도움된다는 응답(16.7%)을 2점으로 변환하였다.

닭고기에 대한 태도에 관한 질문은 Hoffmann(2000)의 연구를 참고하여 정보의 습득수준(respondent informed), 닭고기의 중요도(meat important), 가격의 중요도(price important), 그리고 동물복지의 중요도

(animal welfare important)에 관한 질문들로 구성되었다. 정보의 습득수준은 닭고기만을 보고서는 품질을 평가할 수 없을 정도로 정보의 습득수준이 낮은지를 묻는 질문이었고, 닭고기의 중요도는 닭고기가 식사에서 꼭 필요한 것인지를 묻는 질문이었고, 가격의 중요도는 닭고기를 구매할 때 가격을 가장 중요하게 고려하는지를 묻는 질문이었고, 그리고 동물복지의 중요도는 올바르게 취급·유통된 닭고기의 구매를 선호하는지를 묻는 질문이었다. 이들 질문들은 동의하는 정도가 아주 크다고 생각하면 5를 선택하고 아주 크지 않다고 생각하면 1을 선택하도록 하는 방식의 5점 등간척도로 측정되었다.

### 3. 분석방법

조사대상자의 인구통계적 변수와 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도 간 관계를 파악하기 위하여 chi-square 방법이 이용되었다. 조사대상자의 닭고기에 대한 태도와 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도 간 관계를 파악하기 위하여 서열상관관계분석이 이용되었다. 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움이 지각도에 미치는 영향요인을 평가하기 위하여 Hoffmann(2000)의 연구와 Verbeke & Ward(2006)의 연구에서 사용한 비례승산모형(proportional odds model)이 이용하였다. 이 모형은 SAS의 Logistic procedure에 의해 평가되었다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 인구통계적 특징

〈Table 1〉은 조사대상자의 인구통계적 변수와 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도 간 관계를 분석한 결과를 보여주고 있다. 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표시의 도움정도를 묻는 질문에는 도움이 되지 않는다는 지각도가 모든 인구통계적 변수들에서 높게 나타났다.

닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되지 않는다는 지각도 비율은 성별에선 여성, 연령에선 20-30세, 소득수준에선 중산층, 16세 이하 어린이 유무에선 어린이가 없는, 독신여부에선 독신이 아닌, 직업에선 무직, 그리고 교육수준에선 대졸 이상의 조사대상자들에게서 더 높게 나타났다. 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움된다는 지각도 비율은 성별에선 남녀 모두, 연령에선 20-30세, 소득수준에선 중산층, 16세 이하 어린이 유무에선 어린이가 없는, 독신여부에선 독신이 아닌, 직업에선 무직, 그리고 교육수준에선 대졸 이상의 조사대상자들에게서 더 높게 나타났다. 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 크게 도움된다는 지각도 비율은 성별에선 남성, 연령에선 20-30세, 소득수준에선 중산층, 16세 이하 어린이 유무에선 어린이가 없는, 독신여부에선 독신이 아닌, 직업에선 무직, 그리고 교육수준에선 대졸 이상의 조사대상자들에게서 더 높게 나타났다. 연령과 직업은 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 통계적으로 유의한 차이를 보였으나(p<0.05), 나머지 인구통계적 변수들은 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

<Table 1> Respondent' s demographic characteristics

Characteristics	Perception			Total	X <sup>2</sup>		
	Not helpful	Helpful	Very helpful				
Gender	Male	55(50.0%)	34(30.9%)	21(19.1%)	110	1.968	
	Female	76(58.9%)	34(26.4%)	19(14.7%)			129
Age	>20	26(70.3%)	8(21.6%)	3(8.1%)	37	12.860*	
	20-30	63(57.3%)	33(30.0%)	14(12.7%)	110		
	30-40	20(42.6%)	17(36.2%)	10(21.3%)	47		
	40<	22(48.9%)	10(22.2%)	13(28.9%)	45		
IncomeHigh	6(66.7%)	1(11.1%)	2(22.2%)	9	5.148		
	Middle	91(55.8%)	50(30.7%)	22(13.5%)			163
	Low	34(50.7%)	17(25.4%)	16(23.9%)			67
Children (less than 16yrs)	Yes	34(56.7%)	16(26.7%)	10(16.7%)	60	0.140	
	No	97(54.2%)	52(29.1%)	30(16.8%)	179		
Single (person household)	Yes	64(59.3%)	31(28.7%)	13(12.0%)	108	3.315	
	No	67(51.1%)	37(28.2%)	27(20.6%)	131		
Occupation	White collar	17(37.0%)	17(37.0%)	12(26.1%)	46	12.551*	
	Blue collar	28(47.5%)	19(32.2%)	12(20.3%)	59		
	Unemployee	86(64.2%)	32(23.9%)	16(11.9%)	134		
Education	Less than high school	61(58.7%)	28(26.9%)	15(14.4%)	104	1.236	
	More than College	70(51.9%)	40(29.6%)	25(18.5%)	135		

\* p<0.05.

2. 조사대상자의 닭고기에 대한 태도

<Table 2>는 조사대상자의 닭고기에 대한 태도와 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도 간 서열상관 관계를 보여주고 있다. 정보의 습득수준은 낮은 수준(2.84)으로 나타났으며, 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 상관계수가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(p<0.01). 닭고기의 중요도는 보통 이상(3.35)으로 나타났으며, 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 상관계수가 통계적으로 유의한 것으로 나타나지 않았다(p>0.05). 가격의 중요도는 보통(3.02)으로 나타났으며, 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 상관계수가 통계적으로 유의한 것으로 나타나지 않았다(p>0.05). 동물복지의 중요도는 높게(4.47) 나타났으며, 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 상관계수가 통계적으로 유의한 것으로 나타나지 않았다(p>0.05). 그리고 닭고기의 중요도는 가격, 동물복지의 중요도와 통계적으로 유의한 상관관계를 나타내었다(p<0.01).

<Table 2> Respondent's attitudes toward chicken

Mean	SD	Pc	R	Mi	Pi	Aw
Pc	0.6192		0.49946		1.000	
R	2.8410	1.14583	0.214**	1.000		
Mi	3.3515	1.07284	0.028	-0.021	1.00	
Pi	3.0167	0.87825	0.099	-0.026	0.384***	1.000
Aw	4.4728	0.75691	0.063	0.026	0.195**	0.019 1.000

Pc: Perceived helpfulness of country of origin, R: Respondent informed, Mi: Meat important, Pi: Price important, Aw: Animal welfare important, \*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001.

3. 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인의 평가모형에 대한 적합도

<Table 3>은 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인의 평가모형에 대한 적합도를 분석한 결과를 보여주고 있다. 비례승산가정에 대한 검정에 의해 평가된 결과에 의하면 X<sup>2</sup> 통계량이 통계적으로 유의하게 나타나지 않았기 때문에(p>0.05), 모든 회귀계수들이 각각의 종속변수 범주에 따라 동일하다는 비례승산가정(Bender & Benner 2000; Chen & Hughes 2004)이 기각되지 않았다. 모형의 적합성을 제한된 로그우도함수와 제한되지 않은 로그우도함수로부터 X<sup>2</sup> 통계량을 계산하여 검정하는 로그우도(LL: Log likelihood) 검정(Boccaletti & Nardella 2000)의 결과에선 X<sup>2</sup> 통계량이 통계적으로 유의하게 나타났고(p<0.001), 평가모형이 어느 정도 적합한지를 나타내는 Cox and Snell, Nagelkerke과 McFadden의 R<sup>2</sup>이 각각 0.155, 0.180과

0.085로 나타났다. 이러한 결과들에 의하면 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인의 평가모형은 적합한 모형임을 알 수 있다.

따라서 본 연구는 각각의 서열척도 종속변수의 범주에 따라, 즉 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되지 않는다는 지각도, 원산지 표시가 도움된다는 지각도, 그리고 원산지 표시가 크게 도움된다는 지각도에 따라 성별, 연령, 소득수준, 16세 이하의 어린이 유무, 독신여부, 직업, 교육수준, 정보의 습득수준, 닭고기의 중요도, 가격의 중요도, 그리고 동물복지의 중요도의 회귀계수들이 동일하다는 비례승산모형을 채택하였다.

4. 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인 평가

<Table 4>는 서열척도 종속변수에 영향을 미치는 설명변수들을 분석한 결과를 보여주고 있다. 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되지 않는다는 지각도에 비해 도움되거나 크게 도움된다는 지각도에 미치는 성별, 연령, 소득수준, 교육수준, 정보의 습득수준, 닭고기의 중요도, 가격의 중요도와 동물복지의 중요도의 영향들은 정의

<Table 3> Goodness of fit of chicken quality model

Indeces	Statistics
Score test for the proportional odds assumption	X <sup>2</sup> =17.1595, df=11, p=0.103
Log likelihood for full model	471.484
Log likelihood for restricted model	431.177
Likelihood ratio test	X <sup>2</sup> =37.546, df=11, p=0.000
Cox and Snell	0.155
Nagelkerke	0.180
McFadden -R <sup>2</sup>	-0.085

<Table 4> Analysis of maximum likelihood estimates of chicken quality model

	Estimate	Std. Error	Wald	Sig.
Intercept 2	-5.1771	1.6011	10.4553	0.0012**
Intercept 1	-3.5751	1.5818	5.1086	0.0238*
Gender	0.2437	0.2684	0.8246	0.3638
Age	0.2323	0.1801	1.6643	0.1970
Income	0.6143	0.2874	4.5694	0.0325*
Children	-0.6948	0.3668	3.5887	0.0582
Single	-0.3670	0.3014	1.4828	0.2233
Occupation	-0.4512	0.2000	5.0884	0.0241*
Education	0.1621	0.2963	0.2993	0.5844
Respondent informed	0.4935	0.1385	12.6956	0.0004***
Meat important	0.0264	0.1294	0.0415	0.8385
Price important	0.1424	0.1344	1.1218	0.2895
Animal welfare important	0.1188	0.1552	0.5859	0.4440

\* p<0.05, \*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001.

<Table 5> Odds Ratio Estimates of chicken quality model

	Odds ratio		
	Point estimate	95% Wald Confidence Limits	
		Lower bound	Upper bound
Intercept 2	-	-	-
Intercept 1	-	-	-
Gender	1.276	0.754	2.159
Age	1.262	0.886	1.796
Income	1.848	1.052	3.247
Children	0.499(2.004)	0.243	1.024
Single	0.693(1.443)	0.384	1.251
Occupation	0.637(1.570)	0.430	0.943
Education	1.176	0.658	2.102
Respondent informed	1.638	1.249	2.149
Meat important	1.027	0.797	1.323
Price important	1.153	0.886	1.500
Animal welfare important	1.126	0.831	1.526

Parenthesis: inverted odds ratio.

영향들이었으나, 16세 이하의 어린이 유무, 독신여부와 직업의 영향들은 부의 영향들이었다.

<Table 5>에 의하면 성별에선 남성이 여성 보다 1.2배 이상 더 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되지 않는다고 생각하는 것보다 도움되거나 크게 도움된다고 생각하는 것으로 나타났다. 16세 이하의 어린이가 없는 가정이 어린이가 있는 가정 보다 2배 이상 더 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되거나 크게 도움된다고 생각하는 것으로 나타났다. 독신이 아닌 가정이 독신인 가정 보다 1.4배 이상 더 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되지 않는다고 생각하는 것보다 도움되거나 크게 도움된다고 생각하는 것으로 나타났다.

연령, 직업수준, 교육수준, 정보의 습득수준, 닭고기의 중요도, 가격의 중요도와 동물복지의 중요도가 1단위만큼 올라갈수록 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되거나 크게 도움된다고 생각하는 지각도는 각각 1.2배, 1.5배, 1.1배, 1.6배, 1배, 1.1배와 1.1배 이상 증가하는 것으로 나타났다. 그리고 소득수준이 1단위만큼 내려갈수록 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움되지 않는다고 생각하는 지각도보다 도움되거나 크게 도움된다고 생각하는 지각도는 1.8배 이상 증가하는 것으로 나타났다.

<Table 5>에 의하면 소득수준과 직업수준과 같은 인구통계적 변수들은 선행연구들(Hoffmann 2000; Verbeke & Ward 2006)과는 다르게 본 연구에선 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p < 0.05$ ). 정보의 습득수준과 같은 태도 변수도 선행연구(Hoffmann 2000)가 기대했던 것과 같은 결과와 같이 본 연구에선 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 영향

을 미치는 것으로 나타났다( $p < 0.001$ ). 연령의 유의성에 대한 Verbeke & Ward(2006) 연구결과는 소고기이고, 닭고기에선 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 선행연구결과들과의 차이에 의해서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인이 어떤 식품에 대한 원산지 표시인가에 따라 다르다는 것을 알 수 있었다. 따라서 식품과는 다른 상품에 대한 연구결과나 특정식품과는 다른 식품에 대한 연구결과를 특정식품에 그대로 적용하는 것 보다 특정식품에 대한 연구가 필요하다.

#### IV. 결 론

본 연구는 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인을 평가하고자 인구통계적 변수, 닭고기에 대한 태도, 그리고 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도를 조사하였다. 자료를 수집하고 난 이후에 평가모형에서 서열척도 종속변수로 사용될 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도와 설명변수로 사용될 인구통계적 변수의 관계, 그리고 설명변수로 사용될 닭고기에 대한 태도 변수의 관계를 파악하기 위하여  $X^2$  분석과 서열상관관계분석을 수행하였다. 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인은 비례승산모형을 이용하여 평가하였다. 분석결과는 다음과 같았다.

인구통계적 변수와 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도 간 관계를 분석한 결과에 의하면 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도가 통계적으로 유의적인 차이를 보였던 인구통계적 변수는 연령과 직업이었다. 닭고기에 대한 태도 변수와 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도 간 관계를 분석한 결과에 의하면 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도가 통계적으로 유의적인 상관관계를 보였던 닭고기에 대한 태도 변수는 정보의 습득수준이었다.

비례승산모형을 이용하여 분석하기 위한 사전 검정으로 필요한 모형의 적합성을 검정한 결과에 의하면 비례승산가정은 위배되지 않아 적합한 모형임이 입증되었다. 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향요인을 평가한 결과에 의하면 소득수준, 직업수준과 정보의 습득수준이 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 소득수준이 높은 사람들보다 낮은 사람들이 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 더 도움된다고 생각하고, 직업수준이 낮은 사람들보다 높은 사람들이 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표시가 더 도움된다고 생각하고, 그리고 정보의 습득수준이 높은 사람들보다 낮은 사람들이 닭고기 품질을 예측하는데 원산지 표

시가 더 도움된다고 생각한다는 것을 시사해 주고 있다.

끝으로 본 연구의 분석결과들은 닭고기에 대한 마케팅 전략 개발자나 무역정책 개발자에게 닭고기의 품질을 예측하는데 원산지 표시가 도움된다고 생각하는 소비자는 어떤 인구통계적 특징을 보이는 집단이고, 닭고기 중요도, 가격 중요도, 동물 복지에 대한 어떠한 태도를 보이는 소비자인지를 파악하는데 도움을 줄 수 있으리라 생각한다. 그러나 이러한 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 인구통계적 변수와 닭고기에 대한 태도 변수의 영향을 일반화하기 위해선 다른 지역이나 다른 계층을 대상으로 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향을 평가하여야 할 것이다. 또한 향후엔 인구통계적 변수나 닭고기에 대한 태도 변수를 다양화하고 닭고기의 품질 예측에서 원산지 표시의 도움에 대한 지각도에 미치는 영향을 평가하는 연구가 필요할 것이다.

#### ■ 참고문헌

- Bacaaletti S, Nardella, M. 2000. Consumer willingness to pay for pesticide-free fresh fruit and vegetables in Italy. *International Food and Agribusiness Management Review*, 3: 297-310
- Bender R, Benner A. 2000. Calculating ordinal regression models in SAS and S-Plus. *Biometrical Journal*, 42(6): 677-699
- Chen CK, Hughes J. 2004. Using ordinal regression model to analyze student satisfaction questionnaires. *Association for Institutional Research*, 1: 1-12
- Cho JH, Kim TK. 2002. An analysis of Japanese consumers' preference on the country of origin of strawberry. *Korean Journal of Agricultural Management and Policy*, 29(4): 577-590
- Cho JK. 2002. The effects of country of origin, message intensity, and prior knowledge on perception of product quality. *Journal of Korean Association for Advertising and Public Relations*, 4(2): 87-119
- Cho SD. 2005. The effects of ingredient brands and country of origin on consumer evaluations toward high-tech products and moderating effects of prior knowledge. *Journal of Marketing Management Research*, 10(1): 57-75
- Hoffmann R. 2000. Country of origin-a consumer perception perspective of fresh meat. *British Food Journal*, 102(3): 211-229
- Hong KH, Kim CH. 1998. Study of causal model on clothing satisfaction according to country of origin effect. *Journal of the Korean Society of clothing and textiles*, 22(2): 215-223
- Hong ST, Joner JF. 1989. Are there gender differences in the country of origin information in the evaluation of products?. *Advances in Consumer Research*, 16: 468-472
- Huang, JA, Lai CS, Tsai WC, Weng RH, Hu WH, Yang DY. 2004. Determining factors of patient satisfaction for frequent users of emergency services in a medical center. *J. Chin. Med. Assoc.*, 67: 403-410
- Hwang BI, Kim BJ. 2002. Interaction effects between country of origin and product characteristics on purchasing intention. *The Korean Journal of Advertising*, 13(5): 202-221
- Jeon KS, Min SG. 1997. A study on the market penetration of imported apparel and consumer attitude toward the country of origin. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 21(2): 357-367
- Juric B, Worsley A. 1998. Consumers' attitudes towards imported food products. *Food Quality and Preference*, 9(6): 431-441
- Kim HC, Kim MR. 1997. A study for the purchase status of the imported agricultural products and consumers' recognition of the labelling for the country of origin in Youngnam region. *Korean J. Dietary Culture*, 12(5): 477-493
- Kim HC. 1999. A study on the consumers' perceptions and the stores' practices regarding the labeling for the country of origin. *Journal of Korean Society Of Consumer Studies*, 10(1): 27-42
- Kim YW, Oh MY. 2005. Relationships among patriotism, consumer ethnocentrism, country of origin image, product, and purchase intention and the influence of perception of economic competition with a country on the relationships. *The Korean Journal of Advertising*, 16(2): 73-99
- Min SG, Jeon KS. 1997. The effect of country of origin on the product evaluation and its relation to the consumer characteristics. *Journal of the Korean Society of Costume*, 32: 283-292
- Oh MY, Park JM, Jang JH. 2003. Origin effect to product imagination and purchase intention-country image model in Korea. *Journal of the Korean Association for Policy Analysis and Evaluation*, 13(2): 23-49
- Park JH, Lee KH. 2005. Quality characteristics of beef jerky made with beef meat of various places of origin. *Korean J. Food Cookery SCI*, 21(4): 528-535
- Phang HN, Kim KH. 2002. Opportunity and inequality: Educational stratification in Korea. *Journal of Korea Sociological Association*, 36(4): 193-222
- Verbeke W, Ward RW. 2006. Consumer interest in information cues denoting quality, traceability and origin: An

application of ordered probit models to beef labels. *Food Quality and Preference*, 17: 453-467

Wall M, Heslop LA, Hofstra G. 1988. Male and female viewpoints of countries as producers of consumer goods. *Journal of International Marketing*, 1(1): 1-25

Yu HK. 1996. Influences of brand and country of origin on consumers' perception of apparel products. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 20(3): 538-549

---

(2006년 7월 20일 접수, 2006년 9월 16일 채택)