

## 소비자의 건강염려, 건강지향적인 식습관 및 태도, 식품선택 동기가 유기식품의 구매의도에 미치는 영향

차 명 화 · 김 유 경<sup>†</sup>

경북대학교 가정교육과

### Consumers' Purchasing Intentions of Organic Foods in relation to the Perceived Health Concerns, Healthy Eating Practices and Attitudes, and Food Choice Motives

Myeong Hwa Cha, Yoo Kyeong Kim<sup>†</sup>

Department of Home Economics Education, Kyungpook National University, Daegu, Korea

#### Abstract

This study investigated the correlations of five constructs - health concerns, healthy eating practices and attitudes, food choice motives, attitudes toward organic foods - in the formation of behavioral to the purchasing intentions of organic foods. An instrument encompassing health perception, attitudes, habits and personal traits was developed through the comprehensive reviews of the literature and the assured validity and internal reliability of the contents. The questionnaire was administered to the students of three universities at Daegu, Kyungpook province. A total of 288 questionnaires were collected for a response rate of 96.0%. The correlations of five constructs and purchasing intention were tested simultaneously using structural equation modeling. Healthy eating practices and attitudes toward organic foods were found to be the determinants which directly influence the intention to purchase organic foods. Health concerns didn't show direct relation to the purchasing intention of organic foods. The hypothesized path from the health concerns to the purchasing intentions was not supported. The results indicated that food choice motives and healthy eating attitudes should be managed to achieve higher behavioral intention to purchase organic foods. (*Korean J Community Nutrition* 14(3) : 286~294, 2009)

**KEY WORDS** : organic food, purchasing intention, health concern, food choice motive, healthy eating practices and attitudes

#### 서 론

국민소득의 향상과 문화·경제교류의 확대 등으로 식품소비는 고급화, 다양화, 간편화되고 있으며, 최근에는 건강에 대한 소비자의 관심이 높아져 식품의 소비패턴이 자연식 또는 건강식 위주로 변화하고 있다. 또한 식품섭취와 건강과의 관계에 대한 관심이 증가하고 있고, 식품의 안전성 또한 건

강한 삶을 유지함에 있어서 중요한 속성으로 간주되고 있다. 이러한 상황에서 유기식품에 대한 소비가 급격한 성장세를 나타내어 유기식품 시장이라는 새로운 시장이 형성되었다 (Bae 2006; Cha 2007). 최근 유기식품의 시장규모는 2006년 2,588억원에서 2007년 3,183억원으로 한해 평균 28% 이상의 성장세를 보였다. 이와 같은 유기식품 시장 규모의 성장은 정부의 친환경농업육성 정책은 물론 식품안전성, 과도한 농약과 식품첨가물의 사용 등에 대한 소비자들의 우려와 건강과 환경을 중시하는 웰빙 트렌드 등으로 앞으로 더욱 가속화 될 것이다(Bae 2006).

그러나 우리나라의 경우 유기 식품의 소비가 아직 보편화 되지 않았고, 소비자 인식 및 제품에 대한 홍보와 교육, 생산 원가, 일반식품에 비해 짧은 유통기한으로 인해 발생하는 손해비용 등의 요인으로 일반식품에 비해 높은 가격대가 형성된다(Bae 2006). 따라서 소비자들은 유기식품을 구매하기 위해서 높은 가격프리미엄을 지불해야하는데, 이러한 가격

접수일: 2009년 5월 4일 접수

채택일: 2009년 6월 14일 채택

\*This work was supported by the Grant of the Korean Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fisheries (project number: F10501307A220000110).

<sup>†</sup>Corresponding author: Yoo Kyeong Kim, Department of Home Economics Education, Kyungpook National University, #1370 Sangyeok-dong, Buk-gu, Daegu 702-701, South Korea  
Tel: (053) 950-5929, Fax: (053) 950-5924  
E-mail: yookim@knu.ac.kr

프리미엄은 유기식품의 주된 고객이 중상류층이라는 인식을 낳기도 하며, 높은 가격 부담으로 인한 일반소비자들의 직접적 구매를 제한하기도 한다(Cunningham 2001). 더구나 세계시장에 비추면 인증시스템의 도입 미비, 유통 구조의 취약함, 가격프리미엄에 대한 소비자 인식 부족으로 등으로 인해 시장 형성이 미약할 수밖에 없는 실정이고, 특히 국내 유기농 시장의 소비자 트렌드 조사, 소비자 구매 선택 속성 등 소비자 구매 행동 조사 분석에 대한 체계적인 연구도 미흡한 실정이다(Cha 2007).

유기식품의 소비자 인식에 대한 국내 선행연구로는 높은 교육수준과 소득수준이 유기농산물에 대한 인식과 관계가 있다는 연구(Namkung 등 2007), 호의적인 소비자 태도가 유기식품의 구매행동을 결정하는 요소이므로 유기식품에 대한 긍정적인 태도가 유발될 수 있도록 해야 한다고 보고한 You & Yin (2008)의 연구 등 몇몇 선행연구(Bae 2006; Cha 2007)가 있다.

소비자의 식품선택은 많은 요인들에 의해 영향을 받는 복합적인 과정이다. 식품선택에 영향을 주는 요인들로는 식품의 맛, 질감, 가격 등의 식품 관련 요인과 개인의 태도나 가치, 인지적 정보 등의 심리적 요인과 인구통계학적 요인으로 이루어진 비식품적인 요인으로 분류된다(Conner 1993; Frust 등 1996; Nestle 등 1998). 특히 유기식품은 일반식품과 달리 개인적인 매리트제로 간주되어 영양적 가치 이외의 여러 다른 변수들을 포함한다. 즉 개인적 태도와 가치, 개인적인 관심이나 특성 등의 비식품적인 요소들이 식품의 소비에 강력한 설명력을 가진다. Chen (2007)에 따르면 소비자의 개인적인 관심이나 특성은 태도에 영향을 줌으로써 개인의 식품선택에 영향력을 미치게 된다고 한다. 즉 개인적인 식품선택 동기는 물론 소비자들이 유기식품에 대해 갖고 있는 태도나 건강에 대한 인식에 따라 소비자들의 유기식품에 대한 선택속성은 차이를 나타낼 것이다.

소비자들의 건강에 대한 가치는 식품을 선택하는데 중요한 요인이며, 유기식품이 건강에 좋다는 뚜렷한 근거 없이도 소비자들은 유기식품이라는 사실만으로도 일반식품에 비해 더 건강에 좋다고 인식한다(Grankvist & Biel 2001; Magnusson 등 2001). 건강에 대한 우려(Health Concern: HC)는 건강에 대해 지각된 위협으로 유기식품을 선택하지 않았을 경우 느낄 수 있는 건강에 대한 염려, 불안감, 후회 등의 부정적인 감정반응이다. 예기된 부정적 감정이 유기식품의 구매의도에 영향을 미치게 되어 식품선택 행동에 대한 설명력을 높일 수 있을 것이다. 식행동 습관(Healthy Eating Practice: HEP) 또한 향후의 행동을 설명하는 요인이다(Saba & Di Natale 1998). 사람들은 습

관을 창조하며 반복적 행동을 통해 점차로 익숙한 행동을 하길 원한다. 이는 사람들로 하여금 의식적인 통제를 최소화하는 일상적인 행동을 하게 만든다(Saba 등 2000). 따라서 과거 행동이 현재 또는 미래의 행동을 설명함에 있어서 중요한 예측도구가 될 수 있다. 또한 소비자의 건강한 식습관에 대한 태도(Healthy Eating Attitudes: HEA)와 유기식품 구매에 대한 태도(Attitudes towards Organic Food: AOF)는 소비자의 인지과정을 통해서 형성되어 식품의 구매에 결정적인 영향력을 발휘한다. 이는 태도가 행위를 설명하는 중요한 변수가 되는 합리적 행동이론에서도 입증된 바 있다(Ajzen & Madden 1986). 식품선택동기(Food Choice Motives: FCM)는 맛, 가격, 이용경험 등으로 이루어진 식품을 선택하는 개인적 동기요인들을 일컫는 변수로 식품선택에서 개인적 개성 특성을 반영한다(Chen 2007; Sun 2008).

따라서 본 연구에서는 소비자의 유기식품 구매의도와 관련된 선행요인을 설명하기 위해서 건강, 태도 그리고 개인적 개성특성과 관련한 변수들을 포함하는 식품선택 모형으로 유기식품의 소비자 구매 의도를 탐색하고자 한다. 즉, 건강에 대한 우려, 건강한 식행동 습관, 건강한 식생활에 대한 태도, 유기식품 구매에 대한 태도, 식품선택 동기를 포함하는 식품선택 모형을 토대로 유기식품에 대한 소비자 구매 의도(Purchasing Intention: PI)에 미치는 구매결정 요인을 탐색하고자 한다. 이들 변수 중에서 몇몇 변수만으로 이루어진 식품선택 모형 연구가 선행연구에서 수행된 바 있으나, 본 연구에서는 기존의 연구들을 확장하여 위의 다섯 선행요인들의 관계 속에서 유기식품 구매의도에 미치는 영향력을 파악하고자 Fig. 1의 연구모형을 토대로 다음과 같은 가설을 설정하여 검증하고자 한다.

가설 1: 건강에 대한 우려(HC)에 대한 지각이 높을수록 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)도 향상될 것이다.

가설 2: 건강에 대한 우려(HC)에 대한 지각이 높을수록 식품 선택 동기(FCM)에 대한 지각도 높아질 것이다.

가설 3: 건강에 대한 우려(HC)에 대한 지각이 높을수록 유기식품 구매의도(PI)도 높아질 것이다.

가설 4: 식행동 습관(HEP)에 대한 지각이 높을수록 식품 선택 동기(FCM)에 대한 지각도 높아질 것이다.

가설 5: 식행동 습관(HEP)에 대한 지각이 높을수록 유기식품 구매의도(PI)도 높아질 것이다.

가설 6: 식품 선택 동기(FCM)에 대한 지각이 높을수록 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)에 대한 지각도 높아질 것이다.

가설 7: 식품 선택 동기(FCM)에 대한 지각이 높을수록 유

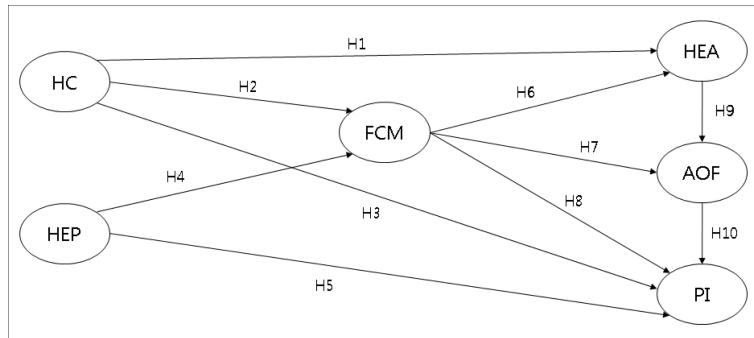


Fig. 1. A schematic representation of hypothesized model.

기식품 구매에 대한 태도(AOF)에 대한 지각도 높아질 것이다.

가설 8: 식품 선택 동기(FCM)에 대한 지각이 높을수록 유기식품 구매의도(PI)도 높아질 것이다.

가설 9: 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)가 좋을수록 유기식품 구매에 대한 태도(AOF)에 대한 지각도 높아질 것이다.

가설 10: 유기식품 구매에 대한 태도(AOF)에 대한 지각이 높을수록 유기식품 구매의도(PI)도 높아질 것이다.

## 조사대상 및 방법

### 1. 조사대상 및 자료수집

본 연구를 위한 조사대상은 대구 경북 지역에 있는 4년제 대학교 중 3개교에 재학 중인 대학생을 대상으로 하였고 구조화된 설문지를 사용하여 2008년 5월10일부터 30일까지 설문조사를 실시하였다. 설문지는 각 대학교별로 2개의 강좌를 임의로 선택하여 담당과목 교수의 협조를 협의한 후 설문지를 배부하여 자기 기입 방식으로 응답하도록 하였다. 전체 응답률은 59.3%(281부 회수/300부 배부)이었다.

### 2. 설문지 구성

본 연구에서 이용한 유기식품의 정의는 유기농산물, 유기임산물, 유기수산물 등의 유기신선식재료를 원료로 하여 유기적 가공 및 유통 방법으로 생산·취급되는 식품으로 정의하였다. 본 연구에 사용된 측정도구는 각 변인들에 대한 선행연구를 토대로 수정하여 사용하였으며 리커트식 5점 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 5 = 아주 그렇다)로 측정하였다. 유기식품 구매의도에 영향을 미치는 선행변수들의 정의와 Cronbach 알파값은 다음과 같다.

#### 1) 건강에 대한 우려(HC)

건강에 대한 우려는 건강에 대한 염려, 불안감, 후회 등의 부정적인 감정반응으로 정의된다. 불안 등의 예기된 부정적

감정이 유기식품의 구매의도에 영향을 미치게 되어 식품선택 행동에 대한 설명력을 높일 수 있을 것이다. 측정항목은 ‘나는 건강관련 위해요소들에 대하여 걱정한다’, ‘나는 건강관련 위해요소로부터 스스로 보호하려고 노력한다’, ‘나는 건강문제를 예방하려고 노력한다’, ‘나는 건강관련 위해요소들에 대하여 걱정을 한다’의 4개 문항으로 구성되었으며(Williams & Hammit 2001), Cronbach 알파값은 .883으로 나타났다.

#### 2) 식행동 습관(HEP)

식행동 습관은 과거에 주로 행해진 식사 및 건강과 관련한 행동 양식으로 정의된다(Saba & Di Natale 1998; Saba & Di Natale 1999). 과거 행동이 현재 또는 미래의 행동을 설명함에 있어서 중요한 예측도구가 될 수 있다. 측정항목은 ‘나는 건강한 식생활을 유지하기 위하여 노력해 왔다’, ‘나는 정상체중을 유지하기 위해 노력한다’, ‘나는 식품의 섭취량을 조절하고자 노력한다’의 3개 항목으로 측정하였으며, Cronbach 알파값은 0.789로 나타났다.

#### 3) 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)

건강한 식습관에 대한 태도는 Kearney 등(2001)의 문항을 수정하여 사용하였으며 ‘평상시 영양이 풍부한 식품을 선택하는 것은 중요하다’, ‘평상시 건강한 식품을 선택하는 것은 중요하다’, ‘평상시 비타민과 미네랄 함량이 높은 식품을 선택하는 것은 중요하다’, ‘평상시 단백질 함량이 높은 식품을 선택하는 것은 중요하다’의 4개 문항으로 측정하였다. Cronbach 알파값은 0.852로 나타났다.

#### 4) 유기식품 구매에 대한 태도(AOF)

유기식품을 구매함으로써 기대되는 가치에 대한 소비자 인식으로 정의되며(Bredahl 2001) ‘유기식품을 구매하는 것은 현명한 일이다’, ‘유기식품을 구매하는 것은 중요

한 일이다’, ‘유기농식품을 구매하는 것은 바람직한 일이다’, ‘유기농식품을 구매하는 것은 유익한 일이다’의 4개 문항으로 측정하였다. Cronbach 알파값은 0.943으로 나타났다.

### 5) 식품 선택 동기(FCM)

맛, 가격 그리고 익숙함 등의 식품을 선택하는데 중요한 결정요인으로 정의되며(Steptoe 등 1995; Lindeman & Vaananen 2000), ‘나는 식품구매시 식품의 맛을 중요하게 생각한다’, ‘나는 식품구매시 식품의 가격을 중요하게 생각한다’, ‘나는 식품구매시 내가 자주 먹는 식품을 주로 구매한다’의 3개 문항으로 측정하였고, 측정문항의 Cronbach 알파값은 0.762로 나타났다.

### 6) 구매의도(PI)

합리적 행위이론에서 행위의도는 행위를 하기 위한 의도로 측정된다(Ajzen & Madden 1986). 기존의 선행연구에서도 소비자의 구매의도를 이러한 정의에 기초하여 파악하고 있다(Magnusson 등 2001; Chen 2007; You & Yin 2008). 본 연구도 이러한 의미에서 ‘나는 앞으로 유기식품을 구매할 것이다’의 구매의도를 측정하는 문항으로 유기식품의 구매여부를 측정하였다. Cronbach 알파값은 0.869로 나타났다.

## 3. 통계분석

SPSS 15.0을 이용하여 각 측정항목의 기술 통계 분석과 관측변수들의 내적 일관성을 파악하기 위하여 Cronbach's alpha 계수를 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다. AMOS 5.0.1을 이용하여 잠재변수를 나타내기 위해 사용된 관측변수들에 의한 측정모형의 타당성을 검증하기 위해 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다. 또한 각 개념간의 인과관계를 설명하기 위한 구조모형을 분석하기 위하여 구조방정식모형분석(Structural Equation Modeling)을 실시하였다.

## 결 과

### 1. 조사대상의 인구사회학적 특성

연구모형 분석을 위한 모집단으로 지적 능력이 우수한 대학생들을 조사대상으로 하였다. 설문지 응답자들은 남학생 13.2%와 여학생 86.8%로 구성되었고, 20세에서 23세까지 연령대의 비율이 67.6%로 가장 높았다(Table 1). 응답자들의 평균 연령은  $21.22 \pm 1.94$ 세이며, 연령분포는 18세에서 28세로 나타났다.

### 2. 구성개념의 신뢰성과 타당성

총 6개의 구성개념을 구성하고 있는 21개의 관측변수들 간의 관계를 확인하기 위해 실시한 확인적 요인분석 결과 Chi-square 값은 393.016이고( $df = 174, p = 0.000$ ), GFI(Goodness of Fit Index)는 0.883로 나타났다. 또한 CFI(Comparative Fit Index)는 0.942이고, RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)는 0.067로 나타나 전반적으로 적합한 측정모형으로 판단되었다(Table 2). 따라서 각 잠재변수의 관측변수들이 잠재변수의 개념을 설명하는데 적합하다고 할 수 있다. 또한 구성개념들이 타당한지 평가하기 위하여 각 잠재변수들에 대한 측정변수들의 개념신뢰도(Construct Reliability)와 평균 분산추출(Average Variance Extracted)을 계산하였다. 각 잠재변수들에 대한 측정변수들의 개념신뢰도(Construct

Table 1. Demographic characteristics of subjects

Variables	Group	N (%)
Gender	Male	37 (13.2)
	Female	244 (86.8)
Age	18 - 19	59 (21.2)
	20 - 23	189 (67.6)
	24 - 28	31 (11.2)

N = 281

Table 2. Goodness of fit measures for the proposed model

Overall fit	Recommended values	The measurement model	The structural model
Chi-squares	$p > 0.05$	Chi-squares = 393.016 (DF = 174, $p = 0.000$ )	Chi-squares = 418.021 (DF = 178, $p = 0.000$ )
GFI	> 0.9	0.883	0.875
AGFI	> 0.9	0.845	0.838
TLI	> 0.9	0.930	0.925
CFI	> 0.9	0.942	0.936
RMSEA	< 0.05	0.067	0.069

Reliability)는 관측변수들의 내적 일관성을 측정한 것으로 HC는 0.839, HBP는 0.669, FCM은 0.699, HEA는 0.789, AOF는 0.903, 그리고 PI는 0.782로 나타났다 (Table 3). 또한 구성개념의 판별타당성을 평가하기 위해 두 잠재변수 각각의 평균분산추출 값이 잠재변수들 간 상관 계수의 제곱값을 상회하는지 여부를 확인하였다. 그 결과, 모형에 포함된 모든 잠재변수들의 상관계수 제곱값이 각 변수의 평균분산추출 값보다 크다는 것을 확인할 수 있으므로, 구성개념 간 판별타당도가 있다고 볼 수 있다 (Table 4).

**3. 구조방정식모형을 이용한 연구개념 간의 영향력 분석**

잠재변수들 간의 인과관계를 확인하기 위해 실시한 구조

모형의 분석결과, 연구모형에 포함된 대부분의 경로가 유의성이 있으며, 모형의 적합도가 대체로 수용 가능한 것으로 조사되었다. Chi-square 값은 418.021이고 (df = 178, p = 0.000), GFI는 0.875, AGFI는 0.838, CFI는 0.936, RMSEA는 .069로 나타났다 (Table 2). Table 5에 연구모형 검증 결과를 제시하였으며, 각 개념 간 경로의 유의성과 가설검증 결과를 아래에 나타내었다 (Fig. 2).

**1) 건강에 대한 우려 (HC)**

건강에 대한 우려 (HC)가 건강한 식습관에 대한 태도 (HEA)에 미치는 영향력에 대한 경로의 경로계수는 0.425 (t = 6.090, p < 0.001)로서 유의성을 확인하여 가

Table 3. The construct validity of the latent variables

Latent variables	Measurement variables	Standardized Estimate	Var.	Cronbach's alpha	Construct Reliability
Health concerns	HC1	0.896	0.262	0.883	0.839
	HC2	0.866	0.352		
	HC3	0.813	0.546		
	HC4	0.680	0.875		
Healthy eating practice	HEP1	0.777	0.691	0.789	0.669
	HEP2	0.682	1.162		
	HEP3	0.784	0.637		
Food choice motives	FCM1	0.734	0.596	0.762	0.669
	FCM2	0.714	0.721		
	FCM3	0.708	0.680		
Healthy eating attitude	HEA1	0.684	0.797	0.852	0.789
	HEA2	0.836	0.473		
	HEA3	0.828	0.456		
	HEA4	0.731	0.814		
Attitude for organic food	AOF1	0.933	0.227	0.943	0.903
	AOF2	0.906	0.349		
	AOF3	0.870	0.441		
	AOF4	0.883	0.373		
Purchasing intention	PI1	0.915	0.360	0.869	0.782
	PI2	0.947	0.219		
	PI3	0.651	1.179		

Var.: the variance of measurement error

Table 4. Correlation results for perceived health concerns, healthy eating practice and attitudes, food choice motives, and purchasing intention measures

	Average Variance Extracted	HC	HEP	FCM	HEA	AOF	PI
HC	0.568	1.000					
HEP	0.403	0.508	1.000				
FCM	0.437	0.348	0.160	1.000			
HEA	0.484	0.511	0.476	0.454	1.000		
AOF	0.699	0.435	0.329	0.404	0.552	1.000	
PI	0.551	0.253	0.440	0.080	0.369	0.562	1.000

HC: Health concern, HEP: Healthy eating practice, FCM: Food choice motives, HEA: Healthy eating attitude, AOF: Attitudes toward organic food, PI: Purchasing intention

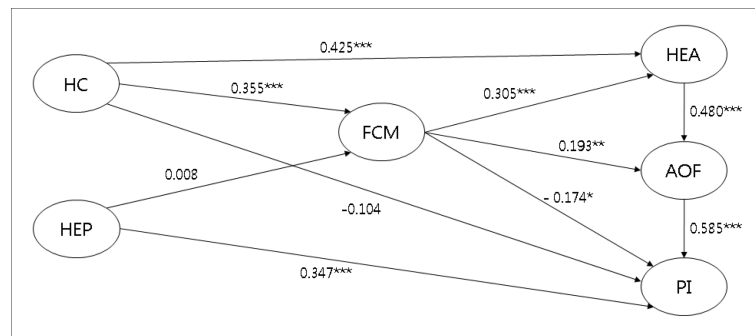


Fig. 2. The structural model with path coefficients

Table 5. The results of hypotheses testing for the structural model

	Hypotheses	Standardized Estimate	t-value
H1	Health concern ---> Healthy eating attitude	0.425	6.090***
H2	Health concern ---> Food choice motives	0.355	4.034***
H3	Health concern ---> Purchasing intention	-0.104	-1.445
H4	Healthy eating practice ---> Food choice motives	0.008	0.090
H5	Healthy eating practice ---> Purchasing intention	0.347	4.716***
H6	Food choice motives ---> Healthy eating attitude	0.305	4.118***
H7	Food choice motives ---> Attitude for organic food	0.193	2.719*
H8	Food choice motives ---> Purchasing intention	-0.174	-2.478*
H9	Healthy eating attitude ---> Organic food attitude	0.480	6.537***
H10	Attitude for organic food ---> Purchasing intention	0.585	9.163***

\*:  $p < 0.05$ , \*\*:  $p < 0.01$ , \*\*\*:  $p < 0.001$

설 1은 채택되었다. 이는 건강에 대하여 우려하는 정도가 높을수록 건강한 식습관에 대하여 긍정적인 태도를 자질 확률이 높아짐을 의미한다. 또한 건강에 대한 우려(HC)가 식품 선택 동기(FCM)에 미치는 영향력에 대한 경로계수가 0.355( $t = 4.034$ ,  $p < .001$ )로서 유의함을 확인하여 가설 2도 채택되었다. 즉, 건강에 대한 우려가 클수록 다양한 동기를 활용하여 식품을 선택하는 확률이 증가됨을 의미한다. 그러나 건강에 대한 우려(HC)가 유기식품 구매의도(PI)에 미치는 영향력은 유의하지 못한 것으로 나타났고( $p < .05$ ), 이는 건강에 대한 우려 자체가 유기식품의 구매의도에 직접적인 영향력을 미치지 않는다는 사실을 의미한다(가설 3 기각).

## 2) 식행동 습관(HEP)

식행동 습관(HEP)이 식품 선택 동기(FCM)에 미치는 영향력에 대한 경로계수는 0.008( $t = 0.090$ )로서 유의하지 못하였다(가설 4 기각). 반면 유기식품 구매의도(PI)에 미치는 영향력은 경로계수 0.347( $t = 4.716$ ,  $p < 0.001$ )로서 유의성을 확인하여 가설 5는 채택되었다.

## 3) 식품 선택 동기(FCM)

식품 선택 동기(FCM)가 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)에 미치는 영향력은 경로계수 0.305( $t = 4.118$ ,  $p < 0.001$ )로서 유의한 관계임이 검증되어 가설 6의 경우는 채택되었다. 또한 식품 선택 동기(FCM)가 유기식품에 대한 태도(AOF)와 유기식품 구매의도(PI)에 대한 영향력은 각각의 경로계수 0.193( $t = 2.719$ ,  $p < 0.05$ ),  $-0.174$ ( $t = -2.478$ ,  $p < 0.05$ )로 유의한 영향력을 나타내었다(가설 7, 8 채택).

## 4) 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)

건강한 식습관에 대한 태도(HEA)가 유기식품에 대한 태도(AOF)에 미치는 영향력은 경로계수 0.480( $t = 6.537$ ,  $p < 0.001$ )로서 유의한 관계임이 검증되어 가설 9는 채택되었다.

## 5) 유기식품 구매에 대한 태도(AOF)

유기식품에 대한 태도(AOF)가 유기식품 구매의도(PI)에 대한 영향력은 경로계수 0.585( $t = 9.163$ ,  $p < 0.001$ )로

서 유의한 관계임이 검증되었다(가설 10 채택).

## 고 찰

본 연구에서 이용한 구성개념의 개념신뢰도는 HEP와 FCM(.669)을 제외하고는 모두 0.7 이상으로 나타나 관측 변수들의 내적일관성이 확인 되었다. 그러나 일반적으로 수용 가능한 신뢰도 수준이 0.7 이상이라고 하지만, 0.7 이하라 하더라도 연구가 탐색적인 성격을 갖고 있다면 수용 가능한 것으로 보고 있어(Bae 2007) 수용가능한 수준이라고 본다. 또한 모델의 적합도 검증 결과도 Chi-square 값이 418.021 (df = 178, p = 0.000), GFI는 0.875, AGFI는 0.838, CFI는 0.936, RMSEA는 0.069로 나타나 대체로 수용 가능한 모형임이 조사되었다. 본 모형은 유기농 식품 이외에 기능성 식품 등의 개인적 매트리지로서 인식되는 식품 선택 모형으로도 활용될 수 있을 것으로 본다.

건강에 대한 우려(HC)와 유기식품 구매의도(PI)의 관계에서 본 연구결과는 건강에 대한 우려 자체가 유기식품의 구매의도에 직접적인 영향력을 미치지 않는다고 나타났다. 이러한 결과는 우유, 육류, 빵, 감자 유기제품의 구매의도에 영향을 미치는 요인을 검증한 Magnusson 등(2001)과 Grankvist & Biel(2001)의 연구에서 자신 혹은 가족의 건강에 대한 염려가 가장 중요한 구매 결정인자라는 결과와는 다소 상이하였다. 그러나 건강에 대한 우려는 식품 선택 동기(FCM)를 예측하는 유의적인 영향 요인이었으며, 본 연구결과는 과다한 칼로리 섭취에 대한 우려가 체중 조절 동기에, 질병 발생에 대한 우려가 자연식품 선택 동기에 영향을 미친다는 선행연구 결과와 유사하였다(Sun 2008)

일반적으로 건강에 대한 우려와 유기식품 구매의도와 관계에서 소비자들이 유기식품을 이용하는 이유를 식품안전성에 대한 소비자들의 우려, 농산물의 과다한 농약 사용, 가공식품의 과다한 합성화학물질의 사용, 그리고 건강을 생각하는 웰빙 트렌드 등에서 찾을 수 있는 것은 사실이다. 그러나 막연한 '유기식품 = 건강식품'이라는 트렌드를 쫓아가는 것만으로는 유기식품에 대한 구매의도를 높이기 부족하다. 이러한 메가트렌드 자체에 차별화되고 개인화된 가치를 소비자들에게 제공하는 것이 보다 높은 소비자들의 유기식품에 대한 구매의도를 높일 수 있는 방안이 될 수 있을 것이다. 여러 친환경제품의 사례(사용 후 자연 분해되는 핸드폰 혹은 토너 등)를 통해 건강을 지향하는 웰빙(참살이)에의 열망은 그것이 프리미엄의 신호로 인식된 후에야 높은 가격에도 구매로 연결될 수 있음을 알 수 있다(Kim 2008). 따라서 유기식품에 대한 소비자 구매의도를 높이기 위해서는 건강자

체에 대한 강조보다는 개인화된 가치, 동기를 극대화시켜 프리미엄제품으로 기획하고 마케팅 하는 것이 중요하다고 사료된다.

식행동 습관(HEP)은 유기식품 구매의도(PI)에 유의적인 결정 변수로서, 이러한 결과는 이전에 지속적으로 행해오던 건강한 식습관이 미래의 행동에 영향을 미친다는 Saba & Di Natale(1998; 1999), Saba 등(2000), Sørensen 등(1996), Verbeke & Vackier(2005)의 선행연구 결과와 유사하다. 그러므로 건강한 식습관을 지닌 소비자들, 건강에 대한 관심도가 높은 소비자들을 대상으로 유기식품에 대한 홍보와 광고를 한다면 일반 소비자들보다 훨씬 높은 유기식품에 대한 구매의도를 형성할 수 있을 것이다.

식품 선택 동기(FCM)가 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)와의 연구결과는 대만 소비자들을 대상으로 한 Chen(2007)의 연구와 상이한 결과이다. 즉, 기분, 편의성 등 12개의 식품 선택 동기 중에서 7개만이 유기식품에 대한 태도에 영향을 미치는 것으로 조사되었는데, 특히 본 연구에서 채택한 맛과 가격은 영향을 미치지 않는 것으로 조사되어졌다. 그러나 본 연구 결과는 Vickers(1993)의 연구에서 가격이 중요한 구매 결정요인이라는 연구와는 유사하며, 이러한 결과는 가격이 식품 구매의 중요한 구매 결정요인인 소비자일수록 유기식품의 구매의도가 낮은 것으로 해석된다. 따라서 유기식품의 가격 프리미엄은 유기식품에 대한 태도나 구매에 직접적인 결정 요인이며, 따라서 유기식품에 대한 소비자들의 비용 지각과 구매의도에 대한 보다 심층적인 연구가 필요할 것으로 사료된다.

Poulsen(1999), Cox 등(2004), Verbeke & Vakier(2005)의 선행연구는 소비자의 태도는 식품 선택에 대한 태도를 예측할 수 있는 중요한 변수라는 사실을 입증하였고, Moorman와 Matulich(1993)의 연구에서도 건강에 대한 태도가 건강지향적인 행동에 중요한 영향요인임을 밝혀 건강한 식습관에 대한 태도(HEA)와 유기식품 구매에 대한 태도(AOF) 관계에 대한 본 연구결과를 뒷받침한다. 즉, 건강한 식습관에 대한 긍정적인 태도를 가진 소비자들의 경우 유기식품 구매에 대한 태도도 더욱 긍정적이므로, 유기식품의 홍보 및 광고 시에 건강한 식습관에 대한 긍정적인 태도를 강조함으로써 유기식품 구매에 대한 태도를 개선시키는 전략이 효과 있을 것으로 사료된다.

유기식품 구매에 대한 태도(AOF)와 유기식품 구매의도(PI) 변수 사이의 유의적인 관계에 대한 결과는 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action)으로 설명될 수 있을 것이다. 즉, 행동과 행위에 대한 태도 사이의 관계를 설명한 이론인 합리적 행동이론에 따르면 식품의 구매의도는 태도의

함수로 설명될 수 있다(Ajzen & Madden 1986). Moon 와 Balasubramanian(2003), Urala & Lähteenmäki (2004), Verbeke & Vackier(2005)의 연구에서도 소비자 태도는 식품 구매행위에 중요한 영향요인임을 제시하였다. 뿐만 아니라 국내 소비자들을 대상으로 한 You & Yin(2008)의 연구에서도 소비자 태도만이 유기식품의 구매행동을 결정하는 요소라고 보고하였다. 따라서 유기식품에 대한 태도가 긍정적일수록 유기식품의 구매의도도 높아 지므로 소비자들이 유기식품에 대한 긍정적인 태도를 가지게 하는 것이 중요하다. 즉, 유기식품이 건강에 대한 효능은 물론 환경 보존과 동물 복지에 기여한다는 사실을 강조함으로써 소비자들의 태도를 개선시켜야 할 것으로 사료된다.

## 요약 및 결론

본 연구에서는 소비자의 유기식품 구매의도와 관련된 다섯 가지 선행요인, 건강에 대한 우려, 건강한 식행동 습관, 건강한 식생활에 대한 태도, 유기농식품에 대한 태도, 식품선택 동기를 포함하는 유기식품선택 모형을 개발하였다. 개발된 연구모형을 통해 유기식품에 대한 소비자 구매 의도에 미치는 구매결정 요인을 검증하였다. 유기식품선택 모형은 국내 유기식품산업의 장기적인 육성 발전을 위한 마케팅 전략 수립에서 소비자들의 유기식품 구매 행동을 결정하는 선택 속성에 대한 기초자료로서 유용하게 활용될 수 있을 것이다. 본 연구 결과에 대한 요약은 다음과 같다.

1. 본 연구에서 제안한 연구모형은 확인적 요인분석을 실시한 결과 적합한 측정모형으로 검증되었으며 내적일관성도 확보되어 구성개념의 신뢰성과 타당성이 검증되었다.

2. 건강에 대한 우려 (HC)는 유기식품 구매의도 (PI)에 직접적인 구매결정 요인으로 작용하지는 않았다. 즉, 건강에 대하여 많은 우려를 한다하더라도, 이러한 우려가 유기식품 구매의도에는 아무런 영향을 미치지 않았다. 반면 건강한 식습관에 대한 태도 (HEA)와 식품 선택 동기 (FCM)는 유기식품 구매의도 (PI)에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 1과 2 채택).

3. 건강한 식행동 습관 (HEP)은 유기식품 구매의도 (PI)에 직접적으로 영향을 주는 구매 결정 인자로 나타났다(가설 5 채택). 즉, 이전에 지속적으로 행해오던 건강과 관련한 식습관이 좋을수록 미래의 유기식품 구매 확률도 높아진다는 것을 의미한다. 따라서 유기식품의 구매를 높이기 위하여 타겟 소비자층을 확보하고자 할 때 건강한 식습관을 유지하고자 노력하는 소비자층을 대상으로 하면 보다 큰 효과를 얻을 수 있을 것이다.

4. 식품 선택 동기 (FCM)는 건강한 식습관에 대한 태도 (HEA), 유기식품 구매에 대한 태도 (AOF)와 유기식품 구매의도 (PI)에 유의적인 영향력을 미쳤다(가설 6,7,8 채택). 건강한 식습관에 대한 태도 (HEA)는 유기식품 구매에 대한 태도 (AOF)에 유의한 영향을 미치며, 유기식품 구매에 대한 태도 (AOF)가 유기식품 구매의도 (PI)에 대한 영향력 또한 유의성이 있음을 검증하였다.

본 연구는 다음과 같은 측면에서 몇가지 제한점이 있으며, 제한점을 해결하기 위한 추가적인 연구의 필요성을 제기할 수 있다. 첫째, 본 연구의 모집단은 한 지역의 대학생들을 대상으로 하였기 때문에 연령, 지역, 직업 등이 다른 소비자들에게 일반화하기에는 연구 대상자를 확대한 향후 연구가 필요하다. 둘째, 본 연구는 유기식품의 종류와 관계없이 전체적인 개념으로 유기식품의 구매의도를 조사하였으므로 유형화된 개별 유기식품을 적용하기에는 차이점이 있을 것으로 본다. 따라서 향후 연구에서는 유기식품 개별제품이나 브랜드에 관한 구체적인 구매의도와 관련한 소비자 정보를 제공한다면 더욱 유용한 자료가 될 것이라고 사료된다.

## 감사의 글

본 논문은 해양수산부 해양수산특정개발사업 (과제번호: F10501307A220000110)의 연구비 지원으로 수행되었으며 이에 감사드립니다.

## 참고 문헌

- Ajzen I, Madden TJ (1986): Prediction of goal-directed behavior: attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *J Experimental Social Psychology* 22: 453-474
- Bae BR (2007): The understanding and Application of structural equation model. p. 198 *Daekyung Press* Kyungsan
- Bae KG (2006): Current situation of agricultural organic products and organic processing food. *Food Science and Industry* 39(3): 35-51
- Bredahl L (2001): Determinants of consumer attitudes and purchase intentions with regard to genetically modified foods-results of a cross-national survey. *J Consumer Policy* 24(1): 23-61
- Cha DU (2007): Analysis of purchasing behavior of consumers regarding natures of organic agricultural products. *Korean J Agricultural Management and Policy* 34(2): 197-218
- Chen MF (2007): Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits. *Food Quality and Preference* 18(7): 1008-1021
- Conner MT (1993): Individualised measurement of attitudes towards foods. *Appetite* 20: 235-238
- Cox DN, Koster A, Russell CG (2004): Predicting intentions to



- consume functional foods and supplements to offset memory using an adaptation of protection motivation theory. *Appetite* 43(1): 55-64.
- Cunningham R (2001): The organic consumer profile: Not only who you think it is! Strategic Information Services Unit, Agriculture, Food and Rural Development, Alberta [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$department/deptdocs.nsf/all/sis4930/\\$file/organic\\_profile.pdf?OpenElement](http://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/sis4930/$file/organic_profile.pdf?OpenElement) accessed at May 15, 2009
- Frust T, Connors M, Bisogni CA, Sobal J, Winter-Falk L (1996): Food choice: a conceptual model of the process. *Appetite* 26(3): 247-266
- Grankvist G, Biel A (2001): The importance of beliefs and purchase criteria in the choice of eco-labeled food products. *J Environmental Psychology* 21(4): 405-410
- Kearney JM, Gibney MJ, Livingstone MB, Robson PJ, Kiely M, Harrington KE (2001): Attitudes towards and beliefs about nutrition and health among a random sample of adults in the Republic of Ireland and Northern Ireland. *Public Health Nutr* 4(5): 1117-1126
- Kim ND (2008): Trend Korea 2009. p. 87 *Future Window* Seoul
- Lindeman M, Vaananen M (2000): Measurement of ethical food choice motives. *Appetite* 34(1): 55-59
- Magnusson MK, Arvola A, Koivist Hursti UK, Aberg L, Sjoden PO (2001): Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal* 103(3): 209-226
- Moon W, Balasubramanian SK (2003): Willingness to pay for non-GM foods in the US and UK. *J Consumer Affairs* 37: 317-339.
- Moorman C, Matulich E (1993): A model of consumers' preventive health behaviors: the role of health motivation and health ability. *J Consumer Research* 20(2): 208-228
- NamKung S, Lee JY, Kim KD (2007): A study on the recognition of organic food of housewives in Seoul area. *Korean J Food Preservation* 14(6): 676-680
- Nestle M, Wing R, Birch L, DiSogra L, Drewnowski A, Middleton S, Sigman-Grant M, Sobal J, Winston M, Economos C (1998): Behavioural and social influences on food choice. *Nutr Rev* 56: 50-74
- Poulsen JB (1999): Danish consumers' attitudes towards functional foods. Working paper no 62, MAPP, Aarhus, Denmark.
- Saba A, Di Natale R (1998): Attitudes, intention and habit: Their role in predicting actual consumption of fats and oils. *J Human Nutr Diet* 11(1): 21-32
- Saba A, Di Natale R (1999): A study on the mediating role of intention in the impact of habit and attitude on meat consumption. *Food Quality Preference* 10(1): 69-77
- Saba A, Vassallo M, Turrini A (2000): The role of attitudes, intentions, habit in predicting actual consumption of fat containing foods in Italy. *European J Clin Nutr* 54(7): 540-545
- Steptoe A, Pollard TM, Wardle J (1995): Development of a measure of the motive underlying the selection of food: The food Choice Questionnaire. *Appetite* 25(3): 267-284
- Sun YHC (2008): Health concern, food choice motives, and attitudes toward healthy eating: The mediating role of food choice motives. *Appetite* 51(1): 42-49
- Sørensen E, Grunert KG, Nielsen NA (1996): The impact of product experience, product involvement and verbal processing style on consumers' cognitive structures with regard to fresh fish. MAPP working paper no. 42, The Aarhus School of Business, Aarhus, Denmark
- Urala N, Lähteenmäki L (2003): Reasons behind consumers' functional food choice. *Nutrition and Food Science* 33(4): 148-158
- Urala N, Lähteenmäki L (2004): Attitudes behind consumers' willingness to use functional foods. *Food Quality and Preference* 15(7): 793-803.
- Verbeke W (2005): Consumer acceptance of functional foods: socio-demographic, cognitive and attitudinal determinants. *Food Quality Preference* 16(1): 45-57
- Verbeke W, Vackier I (2005): Individual determinants of fish consumption: application of the theory of planned behaviour. *Appetite* 44(1): 62-82
- Vickers ZM (1993): Incorporating tasting into a conjoint analysis of taste, health claim, price and brand for purchasing strawberry yoghurt. *J Sensory Studies* 8(4): 341-352
- Williams PRD, Hammit JK (2001): Perceived risks of conventional and organic produce. *Risk Analysis* 21(2): 319-330
- You SY, Yin H (2008): A study of consumer attitude and purchasing behavior toward organic food and genetically modified food. *Korean J Agricultural Management Policy* 35(1): 141-164