

국내 친환경 농축산물의 소비행태와 만족도 분석

김계웅^{1*} · 김민진²

¹공주대학교 산업과학대학 동물자원학과, ²조선호텔 마케팅부

Consumption Behaviors and Satisfaction Levels of Consumer towards Environmentally-Friendly Agricultural and Animal Products

Gyewoong Kim^{1*}, Minjin Kim²

¹Department of Animal Resources Science, College of Industrial Sciences, Kongju National University

²Department of Marketing, Chosun Hotel

Abstract

This study was carried out to investigate the consumption behaviors of environmentally-friendly agricultural products, including satisfaction of purchases. Questionnaires completed consumers were statistically analyzed. Regarding purchase frequencies of environmentally-friendly agricultural and animal products, consumers consumed them 1 time per month. No significant differences in consumption by age, living area, family type, or BMI were found. Exactly 38.2% of consumers preferred to purchase items in the packing amount of 0.2-0.5 kg, whereas 39.7% of consumers preferred amounts from 0.5-1.0 kg. Significant differences in packing amount were found according to age ($p < 0.05$) and family type ($p < 0.01$). However, there were no significant differences according to living area or BMI group. Many consumers made decisions based on the outer packing label (69.6%). Significant differences by age and living area were not found, whereas there was significant difference according to family type ($p < 0.05$). Consumers answered that they purchased products in a general supermarket (24.7%) and cooperative (24.2%). Significant differences were found by age and living area ($p < 0.01$) but not by family type. Consumer satisfaction of purchases scored 3.39 out of 5 points. In conclusion, significant differences in consumer satisfaction were not found according to age, living area, family type, or BMI.

Key Words: Consumption behaviors, environmentally-friendly agricultural products, BMI

1. 서 론

국민소득의 증가와 함께 대중매체의 발달, 교육수준 등이 향상되고 있다. 이러한 변화와 함께 자연환경파괴와 오염물질의 증가로 지구온난화와 같은 기후이상 변화가 극심해지는 등 환경보존에 대한 관심이 더욱 높아지고, 친환경 농축산물에 대한 수요가 지속적으로 증가되고 있다. 농축산물의 생산에서도 과도한 농약사용이나 가축의 무분별한 항생제의 사용에 민감해지면서 친환경 농축산물의 생산관리에 많은 관심과 기술적목이 제시되고 있다(Ro & Ahn 2005; Park 2007; Yang 2009,; Kim 등 2010).

친환경 농산물은 2010년에 2,215,521톤의 생산량 중에서 채소류, 과일류, 곡류 순 이었고, 친환경축산물은 44,196톤 중 계란, 우유, 닭고기 순으로 생산되었다(Ministry of Agri. Food and Rural Affairs 2012). 일반적으로 친환경 농축산물

로 분류되는 농산물은 농약과 화학비료를, 그리고 축산물에는 사료첨가제나 치료제 등에 화학약품이나 항생제를 전혀 사용하지 아니하거나 최소량만을 사용하여 생산한 곡류, 채소류, 과일류 및 축산물 등을 말한다(Jolly 1989; Wilkins & Hillers 1994; Ro & Ahn 2005; Kim 2009). 우리나라에서도 친환경 농축산물은 법적으로 인증받고 있다. 1993년 최초로 유기와 무기농약재배 농산물에 대한 인증제도를 도입하고 저농약재배 농산물에 대한 품질인증제도를 실시하였으며, 1997년에는 환경농업육성법, 1998년은 유기농산물가공품 품질인증, 그리고 2001년 부터는 친환경농산물에 대한 의무인증제를 시행하게 되었다(Kim 2009; Yang 2009a).

친환경 농축산물은 생산시스템뿐만 아니라, 소비행태도 매우 중요하게 생각하여야 하며, 이러한 농축산물은 생산량, 유통량, 그리고 소비량이 지속적으로 증가되고 있는 실정이다. 유통시스템의 발달이 날로 향상되어져 왔으나 친환경 농축

*Corresponding author: Department of Animal Resources Science, Kongju National University, 54 Daehakro, Yesaneup, Yesangun, Chungcheongnamdo 340-702, Korea Tel: 82-41-330-1245 Fax: 82-41-330-1249 E-mail: kimgoong@kongju.ac.kr

산물은 일반 농축산물에 비하여 높은 가격을 형성하고 있어서 가격 경쟁력이 상대적으로 낮고, 일반 농축산물에 비하여 모양새가 비교적 나쁘기 때문에 상품성이 낮은 결과로 나타나 일반 판로를 개척하기에 어렵다(Dittus 등 1993). 여전히 소량생산형태로 유통네트워크에 의한 생협이나 직거래, 또는 백화점이나 대형할인점 등에 납품과 같은 전문판매점에 의존하는 경향이 높아 유통체계를 시스템화 시켜야 할 문제라고 분석되고 있다(Park 등 2000; Park 2007; Kim 등 2010).

주부를 대상으로 친환경농산물의 인식도와 신뢰도를 조사한 결과 유기농산물에 대한 인지도는 3.40점으로 보통 이상 수준으로 나타났다(NamKung 등 2007). Kwon 등(2009)은 친환경브랜드에 관한 지불의사를 보고하였으며, Kim 등(2010)은 연령층별과 소득별로 구분하여 친환경소비에 관한 실태를 조사하여 발표하였다. Lee 등(2010)은 BMI(체질량지수)에 따른 식사유형, 식품 및 간식의 선호도를 발표하였으나, BMI 체중별 친환경 농산물의 구입형태 보고는 거의 없는 실정이므로 이에 대한 정확한 자료가 필요하다. Park(2007), Sin & Kim(2009), 그리고 Lee 등(2009)은 공통적으로 생산자나 제조자의 신뢰성 확보와 가격만족도가 낮은 것도 시급히 해결해야 할 과제로 지적하고 있으며, Jang 등(2009)은 친환경 농산물은 신선도에 비해 건강 때문에 구매하는 경우가 높다고 보고하였다. 또한 자연순환농업시스템 구축으로 지력보전과 함께 지속가능한 우리 친환경 농축산물이 생산되어야 한다고 보고하였다(Kim 등 2012).

본 연구는 대도시와 중소도시 지역에 거주하는 소비자를 대상으로 친환경 농축산물의 소비행태와 만족도를 조사·분석하여 친환경 농축산물의 효율적 생산관리와 안전하게 거래할 수 있는 안전 유통관리시스템 구축에 필요한 기초적 자료를 얻고자 실시하였다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상

본 연구는 예산, 아산, 천안, 공주 등지의 충남과 서울에 거주하는 친환경 농축산물 소비자를 조사대상으로 설정하여 2013년 5월부터 2013년 7월까지 조사하였다. 조사대상자 총 250명 중 연령별로는 223명(무응답 27명), 지역별 225명(무응답 25명), 가족형태별 205명(무응답 45명), BMI별 204명(무응답 46명)으로 친환경 농축산물을 구입한 경험이 있고 성실하게 응답한 설문지의 자료만을 활용하였다. 조사대상자의 젊은층과 중장년층의 연령별, 핵가족과 대가족의 가족형태별, 면·읍과 시거주의 중소도시와 서울 대도시의 거주지별, 그리고 정상체중과 과체중의 BMI(body mass index, 체질량지수)체중별 특성분포는 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Distribution of respondents by ages, living areas, family types, and BMI groups

	Classification	Respondent (N)	Ratio (%)
Ages	>40	93	41.7
	≤40	130	58.3
Living areas	Big city	191	84.9
	Small and Medium city	34	15.1
Family types	Small family	172	83.9
	Large family	33	16.1
BMI ¹⁾	Normal weight	84	41.2
	Overweight	120	58.8

¹⁾BMI (Body Mass Index): Weight (kg)/Height (m)².

2. 조사내용 및 방법

조사내용은 친환경 농·축산물에 대한 선행연구결과를 참고하여 직접 작성한 설문지를 이용하여 조사하였다. 조사대상자의 연령별, 거주지별, 가족형태별, BMI 체중별로 구분하여 친환경 농축산물의 구입빈도, 구입량, 확인방법, 구입처, 그리고 구입만족도 등을 조사항목으로 하였다. 특히 구입만족도는 가장 낮은 것은 1점에서 가장 높은 것을 5점까지 평가토록 설문하여 응답하도록 하였다. 체질량지수(BMI: Body Mass Index, kg/(m)²)가 23.0미만은 정상체중, 그리고 23.0이상은 과체중 등의 2개 그룹으로 구분하여 조사하였다(Korean J. Obes. 2000).

3. 통계처리 및 분석

설문지의 자료는 SPSS/Win 12.0 program을 이용하여 분석하였다. 조사대상자의 연령별, 거주지별, 가족형태별, 그리고 BMI 체중별 친환경 농축산물의 소비실태를 분석하기 위해서는 χ^2 -test를 통하여 유의성을 검정하였다. 친환경 농축산물의 만족도는 낮은 것은 1점-가장 높은 것은 5점으로 평가한 리커트척도법(Likert's scales of 5-points)을 이용하여 산술평균과 표준편차를 구하였다. 그리고 두 집단간의 차이는 t-test로 5%수준에서 유의성을 검정하여 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 친환경 농산물과 축산물의 구입 빈도

1) 친환경 농산물

친환경 농산물의 구입 빈도는 <Table 2>에 나타난 바와 같다.

친환경 농산물의 구입빈도는 전체의 55.1%(113명)가 1개월에 1회이상 구입하는 것으로 가장 많았으며, 그 다음은 주당 1회 구입하는 것으로 나타났으나(23.9%), 주당 3회 이상 구

<Table 2> Frequency of purchase for environmentally-friendly agricultural products

N (%)

Classification		More than 3/ week	Less than 2/ week	1/week	More than 1/ month	Total	χ^2 -test
Ages	>40	5 (6.0)	10 (12.0)	17 (20.6)	51 (61.4)	83 (100)	χ^2 -values : 3.49 ^{NS}
	≤40	5 (4.1)	23 (18.9)	32 (26.2)	62 (50.8)	122 (100)	
Living areas	Big city	3 (1.7)	26 (14.5)	48 (26.8)	102 (57.0)	179 (100)	χ^2 -values : 4.28 ^{NS}
	Small and Medium city	2 (8.0)	2 (8.0)	7 (28.0)	14 (56.0)	25 (100)	
Family types	Small family	9 (5.2)	26 (15.1)	42 (24.4)	95 (55.3)	172 (100)	χ^2 -values : 1.04 ^{NS}
	Large family	1 (3.0)	7 (21.2)	7 (21.2)	18 (54.6)	33 (100)	
BMI	Normal weight	4 (4.8)	12 (14.3)	24 (28.6)	44 (52.4)	84 (100)	χ^2 -values : 1.75 ^{NS}
	Overweight	5 (4.2)	21 (17.6)	25 (21.0)	68 (57.1)	119 (100)	
Total		10 (4.9)	33 (16.1)	49 (23.9)	113 (55.1)	205 (100)	-

^{NS}Not-significant (p>0.05).

입하는 경우는 매우 낮은 수준(4.9%)으로 조사되었다.

이를 연령별로 분석한 결과에서는 통계적으로 유의한 차이가 없었는데, 1개월에 1회 이상 구입하는 경우에서 40세 미만 소비자(61.4%)는 40세 이상 소비자(50.8%)보다 높은 경향을 보였다. 거주별 구입빈도 결과에서는 역시 1개월 1회 이상 구입하는 경우가 가장 많았으나 대도시와 소도시지역 거주지별 구입 빈도는 비슷한 경향으로 나타났다. 가족형태 별로도 유의한 차이가 없이 서로 비슷한 구입빈도를 보였다. 그리고 BMI 체중별로도 구입빈도는 유의한 차이 없이 비슷한 경향을 보였다.

이러한 결과는 Kim 등(2010)이 친환경 농축산물은 월평균 1-2회 구입하는 소비자가 가장 많았으나, 월평균 10회 이상은 가장 낮은 것으로 조사된 빈도와 비슷한 결과를 보였다. 그리고 Park(2006)이 1-2주당 1회씩 구입한다고 보고한 결과와 대체적으로 일치하였다. 이와 같은 결과는 소비자들이 주당 또는 월당 1회 구입하는 경우가 79% 이상 되는 것으로 보아 친환경 농산물의 소비량이 비교적 적거나 적은 포장의 채소나 과일류보다 대단위 포장된 곡류(쌀) 등을 구입하는 습관에 기인된 것으로 사료된다.

2) 친환경 축산물

친환경 축산물의 구입 빈도는 <Table 3>에서 보는 바와 같다. 소비자의 친환경 축산물의 구입빈도는 전체 중 56.9%(115명)가 1개월에 1회 구입한다고 가장 많이 응답하였으며, 그 다음은 주당 1회 구입(27.1%), 주 2회 구입(13.9%)

순이었으나, 주당 3회 이상 구입하는 소비자는 매우 낮은 것으로 나타났다(2.0%). 이러한 친환경 축산물의 소비빈도도 농산물과 비슷한 경향을 보였다.

2. 친환경 농·축산물의 구입량

1) 친환경 농산물

소비자의 친환경 농산물의 구입량은 <Table 4>와 같다. 친환경 농산물의 구입량은 전체의 38.2%(78명)가 0.2~0.5 kg 포장단위로 구입하는 것으로 나타났고, 그 다음은 1이상 단위로 구입하는 경우(24.0%)도 비교적 많았으나, 0.1 kg 단위는 비교적 적은 것으로 조사되었다(15.2%). 이러한 구입량으로 볼 때 소비자들은 0.2~1.0 kg 범위의 단위로 포장하는 것이 구매력 증진에 효과가 있을 것으로 생각된다.

연령별 분석에서는 두 그룹간에 유의한 차이(p<0.05)를 보였는데, 40세 미만 소비자들은 0.2~0.5 kg 단위(39.5%)로 가장 많이 구입하였으며, 그 다음은 0.5~1.0 kg 단위였다. 40세 이상은 0.2~0.5 kg 단위(36.6%), 1.0 kg 이상 단위(30.0%)순으로 구입하고 있었다. 거주지별로는 유의한 차이 없이 대도시 소비자(38.3%)나 소도시 거주자(36.0%) 모두 비슷한 단위로 구입하는 경향으로 나타났다. 가족형태별로는 유의한 차이(p<0.05)를 보였다. 핵가족 그룹은 0.2~0.5 kg 단위로 구입하는 경우가 가장 많았으나(40.9%), 대가족 가정에서는 1.0 kg 이상 단위로 가장 많이 구입하는 것으로 나타났다(39.4%). BMI 체중별로는 유의한 차이가 발견되지 않았으나, 대체적으로 전체평균치와 같이 0.2~0.5 kg 단위로 구입

<Table 3> Frequency of purchase for environmentally-friendly animal products

N (%)

Classification		More than 3/ week	Less than 2/ week	1/ week	More than 1/ month	Total	χ^2 -test
Ages	>40	2 (2.5)	12 (14.8)	17 (21.0)	50 (61.7)	81 (100)	χ^2 -values : 2.57 ^{NS}
	≤40	3 (2.5)	16 (13.1)	38 (31.1)	65 (53.3)	122 (100)	
Living areas	Big city	3 (1.7)	26 (14.5)	48 (26.8)	102 (57.0)	179 (100)	χ^2 -values : 4.28 ^{NS}
	Small and Medium city	2 (8.0)	2 (8.0)	7 (28.0)	14 (56.0)	25 (100)	
Family types	Small family	5 (2.9)	24 (14.0)	45 (26.3)	97 (56.7)	171 (100)	χ^2 -values : 1.23 ^{NS}
	Large family	0 (0)	4 (12.5)	10 (31.3)	18 (56.3)	32 (100)	
BMI	Normal weight	2 (2.4)	13 (15.5)	19 (22.6)	50 (59.5)	84 (100)	χ^2 -values : 1.68 ^{NS}
	Overweight	2 (1.7)	15 (12.7)	36 (30.5)	65 (55.1)	118 (100)	
Total		4 (2.0)	28 (13.9)	55 (27.2)	115 (56.9)	202 (100)	-

^{NS}Not-significant (p>0.05).

<Table 4> Amount of purchase for environmentally-friendly agricultural products

N (%)

Classification		100 (g)	200-500	500-1,000	1,000	Total	χ^2 -test
Ages	>40	17 (21.0)	32 (39.5)	19 (23.5)	13 (16.0)	81 (100)	χ^2 -values : 7.04*
	≤40	14 (11.4)	45 (36.6)	27 (22.0)	37 (30.0)	123 (100)	
Living areas	Big city	28 (15.6)	69 (38.3)	39 (21.9)	44 (24.4)	180 (100)	χ^2 -values : 0.61 ^{NS}
	Small and Medium city	3 (12.0)	9 (36.0)	7 (28.0)	6 (24.0)	25 (100)	
Family types	Small family	28 (16.4)	70 (40.9)	37 (21.6)	36 (21.1)	171 (100)	χ^2 -values : 7.24*
	Large family	3 (9.1)	8 (24.2)	9 (27.3)	13 (39.4)	33 (100)	
BMI	Normal weight	10 (11.9)	34 (40.5)	20 (23.8)	20 (23.8)	84 (100)	χ^2 -values : 1.30 ^{NS}
	Overweight	21 (17.5)	44 (36.7)	26 (21.7)	29 (24.2)	120 (100)	
Total		31 (15.2)	78 (38.2)	46 (22.5)	49 (24.0)	204 (100)	-

*p<0.05, ^{NS}Not-significant (p>0.05).

하는 경향으로 나타났다. 이상의 연구 결과로 보면, 연령이 낮은 소비자 집단이나 핵가족 집단에서 포장단위가 낮게 구입하는 것으로 나타났다. 이는 가족구성원이 적은 것에 기인한 것으로 생각된다.

2) 친환경 축산물
 소비자의 친환경 축산물의 구입량은 <Table 5>와 같다. 축산물의 전체 평균은 0.5~1.0 kg 단위가 가장 많이 구입(39.7%)하는 것으로 나타났으며, 그 다음은 0.2~0.5 kg 단위

<Table 5> Amount of purchase for environmentally-friendly animal products

N (%)

Classification		10 (g)	200-500	500-1,000	1,000	Total	χ^2 -test
Ages	>40	17 (21.0)	25 (30.9)	27 (33.3)	12 (14.8)	81 (100)	χ^2 -values : 8.98*
	≤40	9 (7.4)	36 (29.4)	54 (44.3)	23 (18.9)	122 (100)	
Living areas	Big city	26 (14.4)	54 (30.0)	68 (37.8)	32 (17.8)	180 (100)	χ^2 -values : 5.32 ^{NS}
	Small and Medium city	0 (0.0)	8 (33.3)	13 (54.2)	3 (12.5)	24 (100)	
Family types	Small family	24 (14.0)	51 (29.8)	73 (42.7)	23 (13.5)	171 (100)	χ^2 -values : 10.61**
	Large family	2 (6.3)	11 (34.4)	8 (24.9)	11 (34.4)	32 (100)	
BMI	Normal weight	9 (10.7)	25 (29.8)	37 (44.0)	13 (15.5)	84 (100)	χ^2 -values : 1.27 ^{NS}
	Overweight	17 (14.3)	37 (31.1)	44 (37.0)	21 (17.6)	119 (100)	
Total		26 (12.7)	62 (30.4)	81 (39.7)	35 (17.2)	204 (100)	-

*p<0.05, **p<0.01, ^{NS}Not-significant (p>0.05).

<Table 6> Certification of environmentally-friendly agricultural and animal products

N (%)

Classification		Seller asking	Trace-ability check	Packing label check	Non-check	Others	Total	χ^2 -test
Ages	>40	14 (16.9)	6 (7.2)	58 (69.9)	3 (3.6)	2 (2.4)	83 (100)	χ^2 -values : 2.16 ^{NS}
	≤40	20 (16.1)	5 (4.0)	86 (69.5)	7 (5.6)	6 (4.8)	124 (100)	
Living areas	Big city	29 (15.8)	7 (3.8)	131 (71.6)	9 (4.9)	7 (3.8)	183 (100)	χ^2 -values : 7.20 ^{NS}
	Small and Medium city	5 (20.0)	4 (16.0)	14 (56.0)	1 (4.0)	1 (4.0)	25 (100)	
Family types	Small family	26 (15.0)	10 (5.8)	123 (71.1)	10 (5.8)	4 (2.3)	173 (100)	χ^2 -values : 9.68*
	Large family	7 (20.6)	1 (2.9)	22 (64.7)	0 (0.0)	4 (11.8)	34 (100)	
Total		34 (16.4)	11 (5.3)	144 (69.6)	10 (4.8)	8 (3.9)	207 (100)	-

*p<0.05, ^{NS}Not-significant (p>0.05).

로 구입하였다. 따라서 친환경 축산물은 대체적으로 0.5~1.0 kg 단위로 포장하는 것도 소비자들에게 좋은 반응을 보일 것으로 사료된다. 일반 돼지고기의 경우 많은 소비자들(54.8%)은 0.6 kg의 포장단위로 1회 구입하는 것으로 보고(Kim & Kim 2009)한 것과 본 연구의 결과와 대체적으로 유사하였다.

3. 친환경 농·축산물의 여부확인

친환경 농축산물의 여부를 확인하는 방법에 대한 분석 결과는 <Table 6>에 나타난 바와 같다.

친환경 농축산물의 확인여부에 관한 응답자 전체 평균은 겉포장지를 확인한다고 가장 많이 응답하였고(69.6%), 그 다음 순으로 판매자에게 묻는다(16.4%)고 하였다. 이러한 응답 결과로 보면 생산이력시스템 이용이 적고 겉표지로 확인하는 소비자의 속성이 강하게 나타남으로 지속적인 소비자의 소비행태 분석이 요구되고 있다.

연령별 분석에서는 두 연령층 모두 겉표지 확인이 가장 많았으며, 그 다음은 판매자에게 물어서 구입하는 것으로 나타났다. 연령별 분석과 거주지별 분석에서도 두 그룹간 유의

<Table 7> Places of purchasing by ages, living areas, and family types

N (%)

Classification	Ages		Living areas		Family types		Total
	>40	≤40	Big city	Small city	Small family	Large family	
Supermarket	23 (24.7)	32 (24.6)	47 (24.6)	8 (24.2)	49 (26.3)	6 (16.2)	55 (24.7)
Direct marketing	12 (12.9)	42 (32.3)	44 (23.0)	10 (30.3)	46 (24.6)	7 (18.9)	53 (23.8)
Cooperative	24 (25.8)	30 (23.1)	41 (21.5)	13 (39.4)	42 (22.6)	12 (32.4)	54 (24.2)
Big discount mart	27 (29.0)	22 (16.9)	50 (26.2)	0 (0.0)	41 (22.0)	9 (24.3)	50 (22.4)
Department	4 (4.3)	3 (2.3)	5 (2.6)	2 (6.1)	5 (2.7)	2 (5.4)	7 (3.1)
Home/internet shopping	3 (3.2)	1 (0.8)	4 (2.1)	0 (0.0)	3 (1.6)	1 (2.7)	4 (1.8)
Total	93 (100)	130 (100)	191 (100)	33 (100)	186 (100)	37 (100)	223 (100)
Statistic-test	χ^2 -values : 14.73**		χ^2 -values : 14.77**		χ^2 -values : 3.96 ^{NS}		-

**p<0.01, ^{NS}Not-significant (p>0.05).

한 차이가 없었다. 대도시 거주자와 소도시 거주자가 71.6%와 56.0%가 겉표지 확인으로 가장 많이 친환경 농축산물을 구입하는 것으로 나타났다. 가족형태별로는 두 그룹간 차이(p<0.05)를 보였으며, 핵가족 가구에서는 71.1%, 대가족 가구에서는 64.7%가 겉표지로서 친환경 농축산물 여부를 확인하는 것으로 조사되었다.

이러한 결과는 Sohn(2008)이 친환경 농산물 구입시 반드시 품질인증 표시를 확인하는 응답자의 빈도가 51.9%, 미확인 응답자는 10.5%라고 보고한 결과보다 높은 수준으로 나타나 품질인증 표시에 대한 관심이 높아지고, 식생활패턴 변화에 따라 소비자의 친환경 인지도가 향상되고 있음을 알 수 있었다.

4. 친환경 농·축산물의 구입처

친환경 농축산물의 구입처는 <Table 7>과 같다. 전체응답자 중 일반슈퍼마켓(24.7%), 협동조합(24.2%), 직거래장터(23.8%) 순으로 친환경 농축산물을 구입하고, 백화점이나 인터넷구매는 비교적 적은 것으로 나타났다.

이를 연령별로 보면, 유의한 차이가 있었는데(p<0.01), 40세 미만의 소비자는 대형할인마트(29.0%), 그러나 40세 이상은 직거래장터(32.3%)를 이용하여 많이 구매하는 것으로 조사되었다. 거주지별로도 두 그룹간에 유의차가 나타났다(p<0.01). 대도시 소비자는 대형할인마트(26.2%), 소도시나 농촌소비자들은 협동조합(39.4%)을 각각 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 가족형태별로는 두 그룹간에 유의차가 인정되지 않았는데, 핵가족가구에서는 일반슈퍼마켓(26.3%), 그러나 대가족은 협동조합(32.4%)에서 각각 더 많이 구입하는 경향을 보였다.

이러한 결과는 Kang & Jeong(1999)이 평균 농협매장에서 가장 많이 구입하고(30.2%), 그 다음은 백화점 식품매장(23.6%)이라고 보고한 결과와 대체적으로 비슷한 경향을 보였으나 그 빈도는 비교적 낮았는데, 이는 최근에 직거래장터나 대형할인마트 등에서 친환경 농축산물코너가 더욱 자리 잡게 된대 기인한 것으로 생각된다. 그리고 Sohn(2008)은 소비자들은 대형마트(36.6%)와 전문판매장(36.4%)에서 각각 주로 구입한다고 보고하였으며, Kim 등(2005)은 대형할인마트(40.5%)를 주로 이용한다고 보고하였는데, 이는 본연구의 결과와 일치하는 경향으로 소비자들은 자주가는 곳에서 친환경 축산물도 쉽게 접하여 구입하고 있음을 알 수 있었다.

5. 친환경 농·축산물의 구입 만족도

소비자들의 친환경 농축산물을 구입한 후 생산물의 만족도 결과는 <Table 8>에서와 같다.

친환경 농축산물의 5점척도 만족도는 전체평균 3.39점으로 평가되었다. 요인별로 보면, 연령별, 거주지별, 가족형태별, 그리고 BMI 체중별 모두 통계적 유의차가 나타나지 않았다. 거주별로는 대도시거주자는 3.40점으로 비교적 만족도가 높았으나 소도시에서는 3.32점으로 낮은 경향을 보였다. 그리고 가족형태별로도 대가족 가구는 3.56점으로 비교적 높은 만족도 이었으나 핵가족가구는 3.36점으로 낮은 경향으로 나타났다. 이러한 결과는 NamKung 등(2007)이 친환경 농산물의 신뢰감이나 만족한다고 58.8%가 응답한 결과와 유사하였다. Ahn 등(2005)이 연령이 높을수록, 그리고 가족수가 많을수록 만족도나 신뢰도가 높다는 보고와도 유사한 결과를 보였다. 또한, Yang(2009b)은 친환경 농축산물의 소비를 증가시키기 위해서 가장 중요한 것은 신뢰성 향상이라고

<Table 8> Degree of satisfaction for purchase of environmentally-friendly agricultural and animal products

Classification		Mean±SD	t-test
Ages	>40	3.39±0.76 ¹⁾	t-values : -0.15 ^{NS}
	≤40	3.40±0.88	
Living areas	Big city	3.40±0.81	t-values : 0.47 ^{NS}
	Small and medium city	3.32±0.94	
Family types	Small family	3.36±0.81	t-values : -1.25 ^{NS}
	Large family	3.56±0.96	
BMI	Normal weight	3.40±0.81	t-values : 0.07 ^{NS}
	Overweight	3.39±0.85	
Total		3.39±0.83	-

^{NS}Not-significant (p>0.05).

¹⁾Means of satisfactory degree were evaluated from 1 point (very bad) to 5 points (very good) by 5-points Likert's scale.

보고하였으며, Park(2006)이 품질만족도에서 평균 5점척도로 3.18~4.13점까지 보통이상의 만족도 범위로 보고한 바도 있는데, 친환경 농축산물의 생산량 증가와 함께 생산자와 판매자 모두 신뢰감과 같은 만족도를 향상 시킬 수 있는 각별한 기술관리에 관심을 가져야 할 것으로 생각된다.

IV. 요약 및 결론

본 조사연구는 충남 및 서울에 거주하는 소비자에게 설문 조사를 실시하여 친환경 농축산물의 효율적인 생산관리와 안전 유통관리시스템 구축에 필요한 기초자료를 얻고자 실시하였다. 조사대상자 총 250명 중 성실하게 응답한 설문지만을 이용하여 친환경 농축산물의 구입빈도, 구입량, 확인절차, 구입처, 그리고 구입만족도 등을 조사한 결과는 다음과 같다. 친환경 농산물의 구입빈도는 전체 평균 55.1%(113명)가 1개월에 1회이상 구입하고 있었으며, 연령별, 거주지별, 가족형태, 그리고 BMI체중별로는 모두 전체평균 빈도와 유사한 결과를 보였다. 친환경 축산물은 56.9%(115명)가 1개월에 1회 구입하고 있었으며, 이를 연령별, 거주지별, 가족형태별, 그리고 BMI체중별로는 유의성 있는 차이가 없이 전체평균치와 유사하였고, 그 구입빈도가 점점 높아지는 경향으로 나타났다. 친환경 농산물의 구입량은 0.2~0.5 kg의 포장단위로 구입하는 경우가 가장 많았으며(38.2%), 0.5 kg 이상도 비교적 많이 구입하는 것으로 나타났다(46.5%). 또한, 친환경 축산물의 구입량은 0.5-1.0 kg 단위가 가장 많이 구입하고 있는 것으로 나타났다(39.7%). 그 구입량은 연령별(p<0.05) 및 가족형태별(p<0.01)간에는 각각 유의한 차이를 보였다. 친환경 농축산물의 확인 방법은겉포장지를 확인하는 것으로 가장 많이 응답하였다(69.6%). 가족형태별 간에는 유의한 차이(p<0.05)를 보였으며, 대가족가구보다는 핵가족에서 겉포장지를 더 많이 확인하는 것으로 나타났다. 친환경 농축산물의

구입처는 일반슈퍼마켓(24.7%), 협동조합(24.2%), 직거래장터(23.8%)순으로 구입하는 것으로 조사되었다. 이를 연령별 및 거주지별간에는 모두 유의한 차이(p<0.01)를 보였으나, 가족형태별간에는 유의한 차이는 없지만, 핵가족 가구에서는 일반슈퍼마켓(26.3%), 그리고 대가족은 협동조합(32.4%)에서 더 많이 구입하는 경향을 보였다. 친환경 농축산물의 구입만족도는 5점척도중 평균3.39점으로 보통이상 평가하고 있었다. 이를 연령별, 거주지별, 가족형태별, 그리고 BMI체중별간에는 모두 유의한 차이가 인정되지 않았다. 소비자들의 구입 만족도를 높여 구매력 증진을 위해서는 생산자와 판매자 모두 품질향상을 위한 기술관리와 함께 신뢰성 향상에 더 한층 노력해야 할 것으로 생각된다.

References

Ahn PR, Ro CY, Kim DH. 2005. An analysis of consumer's satisfaction for environmentally friendly agricultural products in Gwangju. *Korean J. of Food Marketing Economics*. 22(4):109-122

Dittus KL, Hillers VN, Beerman KA. 1993. Attitudes and behaviors about pesticide residues, susceptibility to cancer, and consumption of fruits and vegetables. *J Nutr Edu*. 25:245-250

Jang JH, Kim IH, Cho JU, Lee SY. 2009. The relationship between oral concern and the purchase behavior of environmental friendly agricultural products. *J. Korean Soc Dent Hyg*. 9(4):1-13

Jolly DA, Schutz HG, Diaz-Knauf KV, Johal J. 1989. Consumer attitudes and use. *Food Technol*. 43:60-66

Kang CY, Jeong EM. 1999. Analysis of producer and consumer behavior for environment-friendly agricultural products. *Journal of Rural Development*. 22(4):61-74

Kim CG, Seo SC, Kim TY. 2005. Analysis of consumer preferences and purchasing behaviors towards environmentally-friendly agricultural products. *Journal of Rural Development*. 27:91-112

Kim CJ, 2009. A comparative analysis on the production, distribution and consumption situations by organization for environmental-friendly agricultural products. Master's thesis, The Graduate School of Dankook University. pp 15-35

Kim GW, Kim SE. 2009. Analysis of the domestic consumer's preference and consumption behaviors on pork. *J. Anim & Technol. (Kor.)*. 51(1):81-90

Kim GW, In KK, Shin YH. 2012. Analysis of current situation for management skill and manures treatment in pig farms. *J. Lives. Hous. & Env*. 18(1):35-44

Kim H, Heo SW, Lee JE. 2010. An analysis and implications on the consumption and consciousness situation of green

- consumers. Korean J. of Food Marketing Economics. 2(3):43-6
- Korean Society for the Study of Obesity. 2000. 2000 Guide of Obesity. pp 10-15
- Kwon OS, Kim WB, Kim KS, Sohn IS. 2009. Analysis of consumer's preference for brandization of environment-friendly agricultural products. Journal of Rural Development. 32(1):89-109
- Lee YS, Hong MH, Ryu K, Kim AJ, Ha SD. 2009. A survey of consumer's consumption characteristics of environmental-friendly agricultural products (EFAP) -Focused on consumers in discount stores-. J. Fd Hyg. Safely. 24(2):111-123
- Lee YS, Oh SY, Kim GW. 2010. Analysis on the health condition, meal type and snack preference of university students in Chungnam province. Korean J. of Human Eco. 19(2):409-416
- Ministry of Agricultural Food and Rural Affair. 2012. Main Statistical Data of Agriculture. pp 249-250
- NamKung S, Lee JY, Kim KD. 2007. A study on the recognition of organic food of housewives in Seoul area. Korean J. Food Preserv. 14(6):676-680
- Park HT, Kang CY, Jeong EM. 2000. Types of marketing channels of environment-friendly agricultural products and their development direction. Journal of Rural Development. 23(3):15-34
- Park JY. 2007. A study on use status of and satisfaction with environmental-friendly agricultural products by female consumers in Jeju area. Master's thesis, The Graduate School of Jeju National University. pp 16-25
- Ro CY, Ahn PR. 2005. Comparison of satisfaction for environmental friendly agricultural products among life styles. Journal of Rural Development. 28(3):57-68
- Sin CR, Kim JS. 2009. Consumer's recognition for the system and policy of environment-friendly agricultural products. Journal of Agriculture & Life Science. 43(3):63-75
- Sohn HJ. 2008. A study on the perception of the organic agricultural products and the state of purchasing them among housewives. Master's thesis, The Graduate School of Sangji University. pp 35-40
- Yang GS_a. 2009. Distribution conditions and marketing strategies for environmentally friendly agricultural products. The Korean Association of Island. 21(1):153-170
- Yang SY_b. 2009. A study on the utilization of environment-friendly agricultural products of housewives in Busan. Master's thesis, The Graduate School of Dong-A University. pp 14-25
- Wilkins JL, Hillers VN. 1994. Influences of pesticide residue and environmental concerns on organic food preference among food cooperative members and nonmembers in Washington state. J Nutr Edu. 26:26-33
-
- 2013년 10월 15일 신규논문접수, 12월 27일 수정논문접수, 2014년 1월 15일 수정논문접수, 1월 24일 채택