

A Study of the Factors Influencing Behavioral Intention for Organic Food: Using the Theory of Planned Behavior

유기농식품에 대한 소비자의 구매의도 영향요인 분석 계획적 행동이론을 중심으로

Hwa-Sun Choi(최화선)*, Kwang-Keun Lee(이광근)**

Abstract

Well-being is a reflection of current sociocultural trends that focus on the quality of life based on economic growth. Furthermore, organic food is believed to help people maintain good health and therefore leads to increased consumption of organic foods. Therefore, consumer interest in organic food is increasing, causing its market to grow, and this trend will be maintained in the future.

The abuse of agricultural pesticides, gene manipulation, and bovine spongiform encephalopathy has caused consumers to worry about food safety. The well-being trend has also contributed to consumers' growing interest inorganic food and organic agricultural products.

A consumer's choice of food is a complex processes affected by various factors. In particular, organic food is considered an individualistic merit good, considering the consumers' preferences related to certification policies. Therefore, various factors such as personal characteristics and sense of value could affect consumers' decisions.

This research focused on an analysis of the factors influencing consumers' purchasing intention for organic food on the basis of an increase in organic food consumption. The research method was based on the theory of planned behavior (TPB). Factors such as consumer characteristics regarding food consumption, purchasing frequency, and other factors affecting purchasing intention were presented. The hypothesis was set using advanced research and stated that it is easier to forecast purchasing intentions by combining the theory of planned behavior and personal characteristics of consumer.

The results show that two dimensions, attitude and perceived behavioral control, have statistically significant influence on the purchasing intention. It can be said that a positive attitude toward organic foods in particular increases the possibility of purchasing intention.

In addition, consumers who consume more organic food products are more likely to have positive attitudes, and, in the past, purchasing frequency has positively influenced purchasing intention of organic foods. Consumers' negative feelings about the non-purchase of organic foods also showed a negative influence on purchasing intentions.

In other words, even though consumers feel uncomfortable when not consuming organic food products, they do not try to purchase

such products because of this feeling of discomfort. Furthermore, the subjective norm and the behavioral control of food-related involvement do not have a statistically significant influence on the purchasing intention or attitudes. This research verified the influence of factors related to purchasing intention.

This study has several limitations: (1) even though consumers' responses can change based on the type of food, the types of food were not classified in this study; (2) future studies are necessary to analyze the attitudes of consumers on the basis of their purchasing experiences with organic foods.

Keywords: organic food, consumer, purchasing intention, influencing factors, theory of planned behavior (TPB)

국문초록

본 연구는 소비자의 구매의도 형성과 관련된 선행요인을 설명하는 주된 이론인 계획적 행동모델을 토대로 식품 관련 및 식품소비관련 소비자의 개성특성, 과거 구매행동 빈도 등의 요인들을 포함하여 유기농식품에 대한 소비자의 구매의도에 미치는 구체적인 영향요인을 제시하고자 이루어졌다. 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 계획적 행동모델에서 주관적 규범을 제외한 태도, 지각된 행위통제(비용)는 구매의도에 유의하게 영향력이 있는 것으로 나타났다. 특히 유기농식품에 대해 긍정적인 태도를 가질수록 구매의도가 증가할 확률이 높아진다고 할 수 있다.

둘째, 식품에 대한 관심이 많고 중요하게 생각하는 소비자일수록 유기농식품에 대하여 호의적인 태도를 가지게 될 확률이 증가하며, 과거에 유기농식품을 구매한 빈도가 유기농식품에 대한 구매의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 유기농식품을 이용하지 않을 경우 나타날 수 있는 소비자의 부정적 감정이 유기농식품에 대한 구매의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 주관적 규범은 구매의도에, 식품 관련 개성특성(저항감)은 태도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

본 연구에서 밝혀진 연구결과는 점차적으로 계획적 행동모델의 설명력을 높이기 위해 다양한 요인들을 포함하는 모델의 확장에 대한 필요성이 제기되고 있는 가운데, 향후 소비자들의 구매행동에 있어 구매의도에 추가적인 요인들의 영향력을 검증하였다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있다.

하지만 본 연구에서는 식품의 종류를 구분하지 않고 조사하였기 때문에 식품의 종류에 따라 소비자의 반응이 다를 수 있기에

* Corresponding author, Professor, Department of Business Administration, Kyungdong University, Korea. Tel: +82-10-6655-4485. E-mail: kankun@k1.ac.kr

** First author, College of Health Industry, Eulji University, Korea.

향후에는 이점을 보완해 나가야할 것이며, 또한 구매경험여부에 따라 군집을 나누어 연구하지 않았기 때문에 유기농식품의 구매경험여부에 따라 구매자들을 비교, 검토하여 연구해나가야 필요성이 제기된다.

주제어: 유기농식품, 소비자, 구매행동, 영향요인, 계획적행동모델

I. 서론

오늘날 경제수준의 증가에 따라 삶의 질이 향상되면서 이에 집중하는 사회문화를 반영하는 것으로 웰빙트렌드가 거론되고 있으며, 이러한 웰빙트렌드가 진행됨에 따라 소비자들의 건강에 대한 관심과 건강한 삶을 위한 소비 생활을 유지해 나가는데 있어 대표적인 관련 상품으로 유기농 제품이 부각되고 있다. 특히, 식품의 경우 유기농제품에 대한 소비자들의 관심이 계속해서 높아지고 있으며, 현재 이 분야의 시장규모가 약 3521억 원에 달하고 있다(한국농촌경제연구원, 2009). 이처럼 유기농 식품의 시장규모는 꾸준히 증가하고 있는 추세이나 가격 측면에서 일반식품보다 높은 가격으로 구매가 이루어지고 있는 것이 문제점으로 제기되고 있다. 하지만, 이에 대해 높은 가격을 지불하더라도 유기농식품을 구입하겠다는 소비자와, 기업의 마케팅활동 등으로 인하여 유기농식품이 건강에 유익한 바람직한 제품으로 인식되어지고 있지만 여전히 가격이 너무 높다고 지각하는 소비자 등이 공존하고 있는 것이 현실이지만 소비자들의 유기농식품에 대한 관심은 계속적으로 높아질 것으로 전망된다(배경근, 2006).

이처럼, 유기농산물과 유기농가공식품을 포함하는 유기농식품에 대해 소비자들의 관심이 높아지고 있는 이유는 농산물에 대한 과도한 농약사용과 유전자조작, 광우병 등에 대한 걱정 등으로 인해 식품안전성에 대한 소비자의 우려가 커지고 있으며, 이에 따라 건강을 생각하는 웰빙트렌드 또한 유기농식품의 소비에 기여하고 있기 때문이다(배경근, 2006; 유소이, 박재홍, 2005; Chen, 2007).

아울러, 소비자들의 식품선택은 다양한 요인의 영향을 받는 복합적인 과정이며(Furst et al., 1996; Magnusson et al., 2003), 특히 유기농식품은 일반 식품과 달리 인증제 실시 등의 관련 정책이 개별소비자 선호를 간섭하는 제품을 의미하는“개인적인 매리트재(individualistic merit goods)”로 간주되기(Mann, 2003) 때문에 식품에 대한 개인적인 특성과 가치관 등의 다양한 요소들이 유기농식품의 소비에 중요한 영향을 미칠 수 있다고 보여 진다(박소진, 유소이, 2007).

따라서 본 연구에서는 소비자의 구매의도 형성과 관련된 선행요인을 설명하는 주된 이론인 계획적 행동모델을 바탕으로 식품관련 및 식품소비관련 소비자의 개성특성, 과거 구매행동 빈도 등의 요인들을 추가적으로 포함하여 유기농식품에 대한 소비자의 구매의도에 미치는 구체적인 영향요인을 제시하고자 한다. 구체적으로는 구매의도에 있어서 태도, 규범 및 지각된 행동통제변수의 영향력을 설명하는 계획적 행동모델을 토대로 소비자의 성격 특성, 과거 경험 등의 영향요인들을 포함할 경우 모델의 예측력을 높일 수 있다는 연구결과(Chen, 2007; Conner & Abraham, 2001; Eertmans et al., 2005; Rhodes & Courmeya, 2003; van der Pligt & de Vries, 1996)에 근거하여 가설을 설정하고 이를 토대로 실증연구를 실시하였다. 즉, 유통학문의 연구방법론은 크게 2가지로 규범

적 연구방법론과 실증적 연구방법론(경험적 분석기법, 통계적 분석기법)로 나눌 수 있는데, 이중에 실증적 연구방법론중 통계적 분석기법을 견지한다(윤명길, 김유오, 2007).

II. 이론적 배경과 가설의 설정

1. 유기농식품에 관한 선행연구

최근 웰빙 열풍은 건강한 삶을 영위하는데 기본이 되는 식품에 대한 관심이 고조되면서 유기농식품에 대한 연구도 다수 진행되어 오고 있다.

유기농 식품에 대한 선행연구를 살펴보면 유기농식품에 대한 초기 연구는 친환경 농업의 필요성을 강조(강창용, 정은미, 1999)하여 왔으며, 점차 친환경 농업생산 및 시장의 확대에 초점(김검배, 1999; 박혜영, 2005)을 맞추어 마케팅 쪽으로 영역을 넓혀갔으며, 최근에는 소비자 입장에서 유기농산물에 대한 소비자 선호도와 구매의도 등의 연구가 진행되었다(강지은, 2005; 박소진, 유소이, 2007).

윤주이(2002)는 친환경농산물의 생산소비구조와 신뢰성 제고방안에 관한 연구에서 친환경농산물에 대한 수요와 관심이 증대되고 있음에도 불구하고 아직 소비자 신뢰확보가 미흡하고 상품의 차별화도 부족하다는 등의 문제로 친환경 농산물 소비가 대중화될 수 있는 계기를 마련하지 못하고 있다고 지적하였다.

노형래과 김시월(2005)은 웰빙 상품 구매 후 만족도와 재구매의도에 관한 연구에서 가장 많은 구매량을 보인 웰빙 식품은 음료 및 과자로 나타났으며, 고은희(2006)는 주부들을 대상으로 웰빙 식품을 인지하는 정도와 관심도에 대하여 조사한 결과 대부분의 주부들은 관심도가 높았으며 가족들의 건강 유지를 위해 웰빙 식품을 구매하며 구매한 상품에 대해서는 재구매 의도를 보이는 것으로 조사되었다.

유보영(2008)은 소비자의 라이프스타일에 따른 유기농 식품 구매행태를 조사한 결과 유형이나 미용, 외모에 관심이 많은 집단에서 웰빙 식품을 이용하는 빈도가 높게 나타났으며 연령이 높을수록 유기농 식품 이용 빈도가 높은 것으로 조사되었다.

강중헌과 장한진(2008)은 전남지역의 성인남녀를 대상으로 주관적 규범, 태도, 구매의도와 유기농 음식 구매행동의 인과관계에 대한 연구를 한 결과 주관적 규범이 높을수록 유기농 음식을 소비하고자 하는 구매의도가 높아지기도 하지만 유기농 음식에 대한 태도가 부정적이면 유기농 음식을 소비하고자 하는 의도는 낮아진다고 하였다. 또한 해외의 선행연구들에 대해 살펴보면 Brennan et al.(2003)은 유기농고기에 대한 소비자의 관심사에 대해 알아보았고, Williams et al.(2001)은 유기농산물에 대한 인지된 위험을 농약, 병원 및 자연독소를 기준으로 연구하였다. 또한 최근에 Tsakiridou et al.(2008)은 유기농제품에 대한 소비자 태도와 행동에 관한 탐색적 연구를 시도하는 등 유기농식품에 대한 소비자 태도를 알아보는 연구들이 늘어가고 있다.

이 밖에 유기농식품에 대한 정보나 인지측면에 관해 국내·외적으로 많은 연구들이 진행되고 있으나 소비자 행동과 결부시킨 행동측면이나 구매의도 및 개인적인 영향변수들을 구체적으로 제시한 연구는 아직 미흡한 실정이다.

2. 계획적 행동 이론과 확장

2.1. 계획적 행동 이론(TPB)

계획적 행동이론(Theory of Planned Behavior, TPB)은 행동에 있어서 동기측면의 영향력을 주도적으로 설명하는 이론으로서 지난 20여 년간 소비자 행동 및 사회심리학 등 사회과학의 여러 분야에 걸쳐 많은 연구들이 수행되어 왔다.

계획적 행동이론은 Fishbein과 Ajzen(1975)이 제안한 합리적 행동이론(The Theory of Reasoned Action, TRA)을 확장한 것으로서 구매행동이 개개인의 의도에 의한 것임을 제시하고 있다. 합리적 행동이론(TRA)은 행동을 수행하기 위해 노력하려는 의식적 계획 혹은 결정을 의미하는 행동의도(Behavior Intention)가 태도(Attitude), 주관적 규범(Subjective Norm), 그리고 행동 사이의 관계를 매개하고 있다고 제시하고 있다.

Fishbein과 Ajzen(1975)이 합리적 행위이론을 개념화 할 때 대상 행동은 개인의 자발적 통제 하에 있다는 가정을 하고 있지만 개인이 대상 행동에 대해 완전히 통제력을 행사하지 못하는 경우도 있다. 예를 들면, 어떤 행동들은 기회, 자원, 또는 우리의 능력(예: 시간, 금전, 물리적 능력)을 필요로 하는데, 이런 것들은 우리가 자발적으로 통제하지 못할 수도 있는 것이다(Kutner, 2002). 따라서 새로운 개념이 모델에 추가되어야 한다는 주장들이 나타났고, 지각된 행동통제라는 변인을 추가하게 된 것이 바로 계획적 행동이론(Theory of Planned Behavior, TPB)이다.

2.1.1. 태도 (Attitude)

태도란 특정한 행위를 수행하는데 있어서 이용자들이 긍정 또는 부정적인 평가를 내리는 정도를 의미하고 행위에 대한 태도는 특정행위의 결과에 대해 갖는 신념과 그 결과와 관련된 가치(결과의 평가)에 의해서 결정된다(Ajzen, 1988, 1991). 또한 태도는 개개인의 행동 형성에 있어서 감정과 수단의 역할을 하는 전반적인 평가로서 특정행동의 결과에 대한 긍정적 또는 부정적인 평가를 의미한다(Ajzen & Madden, 1986). 즉 자신에게 긍정적인 결과를 가져오는 것이라고 믿으면 그 행동을 수행하는데 좋은 태도를 가질 것이며 아닐 경우에는 그와 반대의 태도를 가지게 될 것이다.

2.1.2. 주관적 규범 (Subjective Norm)

주관적 규범(Subjective Norm)은 개인의 특정 행위를 수행하거나 하지 않는데 대해 특정인들로부터 사회적 압력을 느끼는 정도(규범적 신념)와 특정 준거인을 따르려는 순도(순응 동기)에 의해서 결정된다(Ajzen, 1988, 1991). 주관적 규범은 지각된 준거집단의 의견을 나타내는 증거로 내가 중요하게 여기는 대부분의 사람들이 내가 특정행위를 수행해야 한다고 생각하거나 또는 수행하지 않아야 한다고 생각하는 것에 대한 개인의 지각을 의미한다(Fishbein & Ajzen, 1975). 주관적 규범은 일반적으로 규범적 신념과 순응동기로 측정되며(최자영, 김경자, 2003) 여기서 규범적 신념은 지각된 특정 준거집단의 기대를 의미하고 순응 동기는 준거집단이 기대에 순응하려는 것을 의미한다. 이러한 주관적 규범은 주요하다고 생각되는 특정 참고인이나 준거집단의 자신에 대한 기대의 지각(규범적 신념)과 이에 순응하려는 개인의 동기가 높을수록 높아진다(Ajzen, 1988, 1991, 2001).

2.1.3. 지각된 행동통제 (Perceived Behavioral Control)

지각된 행동통제(Perceived Behavioral Control)는 개인이 행동결정 수용을 촉진 또는 저해하는 장애요인으로서 어떤 행동이나 상품 채택을 가능하게 하는 자아 효능감 또는 자신감과 유용한 자원을 말한다. 계획적 행동이론에서 지각된 행동통제는 행동을 수행하는데 필요한 필수적인 자원과 기회가 존재 하는가 또는 존재하지 않는가에 대한 개인의 지각을 의미한다(Ajzen, 1985, 1991).

계획적 행동이론과 합리적 행동이론은 모두 행동을 결정하는 근접된 요인이 행동하려는 의도라고 주장한다는 점에서 유사하나 계획적 행동이론은 불안정한 자발적 통제를 가진 사람들의 행동까지 다룰 수 있다는 점에서 합리적 행동이론보다 그 적용범위가 넓다고 할 수 있다(Ajzen, 1991). 지각된 행동적 통제는 행동을 수행하는데 있어 용이성 또는 곤란성 정도에 대한 사람들의 지각과 관련된 개념으로서 필요한 자원, 기회, 숙련도 등의 과다 여부를 고려하고 예견되는 장애나 과거의 경험 등을 반영하는 것으로 추정된다. 즉 행동의 수행으로 인한 성과는 능력(지각된 행동적 통제)과 동기유발(행동적 의도)에 모두 의존한다는 가정에 기초하고 있다(이상배 외, 2004). 본 연구에서는 지각된 행동통제 중에서 비용을 이용하여 측정하였다.

위에서 서술한 바에 따라 식품의 구매행동에 있어서 계획적 행동이론의 선행요인들이 작용할 것이라고 생각하고 유기농식품에 있어서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1 : 유기농식품에 대한 태도는 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설2 : 유기농식품에 대한 주관적 규범은 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설3 : 유기농식품에 대한 지각된 비용은 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.2. 계획적 행동(TPB)이론의 확장

계획적 행동이론의 변수인 태도나 주관적 규범 및 지각된 행동통제변수 외에도 소비자의 개성이나 과거경험, 감정 관련 선택 동기 등 개별 소비자 특성이 구매의도와 구매행동에 영향을 미칠 수 있다는 의견들이 제기되고 있다(Rhodes & Courneya, 2003).

이러한 배경에는 계획적 행동이론에서 행동에 대한 감정요소를 무시하고 있어 많은 비판을 받고 있기 때문이며, 이에 Richard et al.(1998)은 예기된 감정반응이 중대한 행동요소로 기대된다고 제기한 바가 있다. 또한 계획적 행동이론을 적용한 연구들에서 구체적인 구성 요소들이 행동설명에 충분하지 못하다는 문제가 제기됨에 따라 Conner와 Armitage(1998)는 과거행동의 역할을 강조하고 있는데 이는 계획적 행동이론의 요인인 지각된 행동통제(PBC)에 의해 조정되어야 한다고 주장하고 있기 때문이다. 또한 개성요인은 식품관련 행동의 경우 심리학에서 사용되는 일반적인 개성측정도구보다 식품과 관련된 개성 특성 요인을 측정도구로 활용하여 식품행동과 개성간의 관계를 설명하는 연구들이 수행되어 왔다(Chen, 2007; Eertmans et al., 2005). 따라서 계획적 행동이론에 식품관련 개성요인과 과거 행동 및 감정적 요인을 포함하여 모델을 확장시킬 경우 식품행동에 대한 설명력을 높일 수 있을 것이다.

2.2.1. 식품관련 개성 특성

Chen(2007)의 연구에 따르면 식품 관여도(food involvement)와 식

품 저항감(food neophobia)으로 설명되는 식품관련 개성특성들은 유기농식품에 대해 긍정적인 태도를 형성함에 있어서 중요한 요인으로 작용할 것이라고 제시되고 있다. 먼저 식품관여도는 개별 소비자가 일상생활 속에서 식품에 대해 지각하고 있는 중요성 정도로 정의되고 있으며, 식품을 섭취하는 것을 즐거운 것으로 생각하고 더 나아가서 이러한 생각이 태도로 연계된다고 설명되고 있다. 이는 주로 Bell과 Marshall(2003)에 의한 식품 관여도 척도로 측정되고 있으며(Eertmans et al., 2005), 식품의 중요성을 크게 인식하고 있는 상황 하에서 형성되는 태도는 그렇지 않은 상태에서 보다 좀 더 관련성이 크다고 할 수 있다. 따라서 식품의 중요성에 상당한 관심을 갖고 있는 고관여 소비자일수록 유기농식품에 좀 더 긍정적인 태도를 형성할 가능성이 높아진다고 할 수 있다(Chen, 2007).

다음으로 식품 저항감은 소비자들이 새로운 식품의 선택을 꺼리는 정도(저항감)로 정의되며, 일반적으로 새로운 식품에 대해 저항감이 큰 소비자는 새로운 식품 등 익숙하지 않은 식품을 피하려는 경향이 있다. 이러한 저항감은 새로운 경험 추구를 저해하는 요인이 실증연구를 통해 제시되고 있어 친숙하지 않은 식품의 선택의도를 예측함에 있어서 광범위하게 사용되고 있으며, 식품관여도와 함께 식품 섭취 관련 연구문헌에서 상당한 관심을 받아 왔다(Bell & Marshall, 2003; Chen, 2007; Pliner & Hobden, 1992). 예를 들어 특정 식품에 대해 저항감이 큰 소비자일 경우

유기농식품이 다소 친숙하지 않게 느껴질 경우 저항감이 커질 수 있다. 따라서 유기농식품에 대해 부정적인 태도가 형성될 수 있음을 의미한다. 이와는 대조적으로 식품 관여도가 높은 소비자일수록 유기농식품에 대해 긍정적인 태도가 형성될 가능성이 높아진다고 할 수 있다(Chen, 2007), 그러므로 소비자태도를 설명함에 있어서 식품관련 개성특성인 식품관여도와 식품 저항감을 고려하여야 할 것이다.

가설4-1 : 소비자의 식품관련 개성특성을 반영하는 식품관여도는 유기농식품의 구매에 있어서 소비자태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설4-2 : 소비자의 식품관련 개성특성을 반영하는 식품저항감은 유기농식품의 구매에 있어서 소비자태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.2.2. 과거행동(Past Behaviour)

계획적 행동이론에서는 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제만으로 행동의도를 충분히 설명할 수 있다고 가정하고 이 세 변인들 이외의 수많은 외생 변인들은 모두 세 변인들에 영향을 미침으로써 간접경로로 행동의도와 행동에 영향을 미친다고 가정하고 있다. 그러나 이와 다른 견해들도 제기되어 왔다. Benteler와 Speckart(1979)의 연구에서는 태도와 행동 간에 직접적인 인과 경로가 추정되고 과거행동 변인을 포함시킨 대안모형을 제안하였다. 이 모형에서 과거행동은 의도에 직접적 영향을 미칠 뿐만 아니라 행동에도 직접 영향을 미친다고 주장하였다. Norman과 Smith(1995)는 연구에서 과거행동을 모델에 포함시킬 경우 모델의 설명력이 상당히 높아질 수 있다는 결과를 제시하고 있다. 위에서 제시한 여러 선행연구들의 연구결과에서 알 수 있듯이, 개인의 과거의 행동이나 습관 등이 규범보다 행동에 미치는 영향이 클 수 있음을 알 수 있다. 특히 과거의 행동빈도는 습관 강도의 예측자로서 향후 행동을 설명할 수 있는 설명변수로 작용한다고 볼 수

있다(Bamberg, Ajzen & Schmidt, 2003; Conner & Abraham, 2001). 따라서 계획적 행동이론에 과거 행동이 포함되어 식품행동에 대한 설명력을 높일 수 있을 것으로 가정하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설5 : 유기농식품에 대한 과거 구매행동 빈도는 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.2.3. 예기된 감정적 반응(Anticipated Affective Reaction)

식품구매와 관련된 의사결정에 있어서 소비자들은 비전문가이기 때문에 태도 형성이나 선택을 직관에 의존하는 경향이 있다. 때문에 정보적 측면이나 감정적 측면에서 영향을 받는 소비자들은 유기농식품에 대해서 긍정적 태도를 형성한다고 제기되고 있다(Loewenstein et al., 2001; Stanovich and West, 2000). 또한 Triandis(1977)는 연구 중에서 우려의 감정은 의도와 행동을 예측할 수 있다는 것을 밝혀냈고 Richard et al.(1996)은 음료수나 건강에 유익하지 않은 음식 또는 술을 마시는 행동에 있어서 계획적 행동 모델의 변수 외에도 예기된 감정 반응이 행동의도의 예측력을 상승시킬 수 있다고 제기하였다.

따라서 식품안전성에 대한 소비자들의 관심이 증대되고 화학비료나 기타 첨가제에 대한 우려가 관심사로 되고 있는 지금 식품을 구매함에 있어서 소비자들이 건강에 대한 염려, 불안감, 후회 등이 구매의도에 영향을 미치게 되어 식품행동에 대한 설명력을 높일 수 있을 것으로 가정하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설6 : 식품안전성과 관련하여 일반식품의 이용으로부터 경험할 수 있는 예기된 부정적 감정 반응은 유기농식품에 대한 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

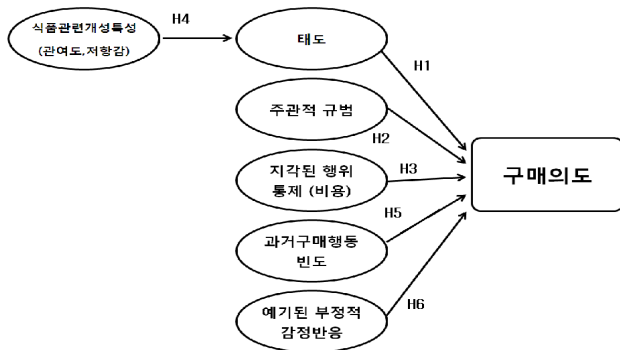
3. 가설의 요약과 연구모형

이상에서 논의되었던 가설을 요약하면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구 가설의 요약

NO.	연구가설
H1	유기농식품에 대한 태도는 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
H2	유기농식품에 대한 주관적 규범은 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
H3	유기농식품에 대한 지각된 비용은 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
H4-1	소비자의 식품관련 개성특성을 반영하는 식품관여도는 유기농식품의 구매에 있어서 소비자태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
H4-2	소비자의 식품관련 개성특성을 반영하는 식품저항감은 유기농식품의 구매에 있어서 소비자태도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
H5	유기농식품에 대한 과거 구매행동 빈도는 유기농식품의 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
H6	식품안전성과 관련하여 일반식품의 이용으로부터 경험할 수 있는 예기된 부정적 감정 반응은 유기농식품에 대한 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

<표 1>에 제시한 가설에 근거하여 본 연구의 모형은 <그림 1>과 같이 표현할 수 있다. 연구모형에서 제시하고 있는 바와 같이 유기농식품에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 비용, 과거 구매행동 빈도, 식품 안정성과 관련하여 일반식품의 이용으로부터 경험할 수 있는 예기된 부정적 감정반응은 유기농식품에 대한 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.



<그림 1> 연구모형

III. 연구방법

1. 자료수집 및 분석방법

본 연구는 수도권 지역에서 식품 구매경험이 있는 소비자를 대상으로 유기농식품에 관한 소비자 반응을 조사하였다. 이를 위해 2011년 10월 마지막 주부터 11월 첫째 주까지 총 300부의 설문지를 배부하여 이 중 220부가 회수되었으며, 불성실한 응답자와 잘못 조사된 응답자를 제외한 208부가 분석에 사용되었다.

수집된 설문자료의 분석에는 SPSS 18.0이 사용되었으며, 소비자들의 유기농식품 구매행동과 관련한 모든 항목을 대상으로 요인을 추출하기 위한 요인분석이 실시되었고, 이렇게 추출된 요인은 요인분석 결과와 신뢰도 분석을 통해 타당성과 신뢰성이 검증되었다. 또한 요인분석 결과에 따라 추출된 변수들 사이에 유의적인 영향관계를 설명하기 위하여 선형회귀분석이 실시되었다.

2. 변수 측정

<그림 1>에 제시된 연구 모형을 추정하기 위해 사용된 변수의 측정항목은 <표 2>에 제시하였다.

2.1. 식품관련 개성 특성

식품관련 소비자의 개성(food personality trait)을 설명하는 식품 관여도는 Bell과 Marshall(2003)의 연구에서 이용된 문항 중에서 '나는 다른 활동들 보다 먹는 것을 더 즐긴다.', '음식을 즐기는 것은 내게 매우 중요하다.', '나를 아는 사람들은 내가 먹는 것을 좋아한다고 말할 것이다.', '매일 해야 하는 다른 의사결정에 비하여

음식을 선택하는 것은 매우 중요하다.', '나는 나와 다른 사람들을 위하여 요리하는 것을 즐기는 편이다.' 등 5개 항목을 '전혀 그렇지 않다(1점)~ 매우 그렇다(5점)의 5점 리커트 척도로 측정하였다.

다음으로 식품저항감은 Pliner와 Hoban(1992)의 연구를 토대로 유기농식품에 적용한 Chen(2007)의 연구에서 활용된 항목을 활용하였으며, '나는 새로운 음식을 신뢰하지 않는다.', '나는 음식에 뭐가 들었는지 모르면 그것을 먹으려 하지 않는다.', '한 번도 먹어보지 않은 음식은 먹기가 싫다.', '내가 먹으려는 음식에 대해 매우 까다롭다.' 등의 항목에 대하여 '전혀 그렇지 않다'에서 '매우 그렇다'의 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2.2. 태도

소비자 태도는 태도에 관련된 선행연구들에 근거하여(Ajzen, 1985, 1988, 1991; Fishbein & Ajzen, 1975) 유기농식품에 맞게 항목을 수정하였다. 예를 들어, '유기농식품을 구매하는 것은 유익한 일이라고 생각한다.', '유기농식품을 구매하는 것은 현명한 일이라고 생각한다.', '유기농식품을 구매하는 것은 즐거운 일이라고 생각한다.', '유기농식품을 구매하는 것은 기쁘다고 생각한다.' 등 4개 항목을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2.3. 주관적 규범

주관적 규범은 Chen(2007)의 유기농식품 선택 동기와 관련된 연구에서 이용한 항목을 유기농식품에 맞게 수정하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 예를 들어, '주위 사람들은 내가 유기농식품을 구매해야 한다고 생각한다.', '주위 사람들은 내가 유기농식품을 구매하기를 원하고 있다.', '주위 사람들로부터 유기농식품을 구매해야 한다는 부담감을 느끼고 있다.' 등의 3개 항목을 포함하고 있다.

2.4. 지각된 행동통제(비용)

지각된 행동통제요인으로서 지각된 비용을 이용하였는데 (Methieson et al., 2001), 이는 유기농식품의 경우 높은 가격이 상당한 부담요인으로 작용할 수 있음에 기인한다. '유기농식품을 구매하기 위해서는 상당한 비용을 지불해야 한다고 생각한다.', '유기농식품은 가격이 비싸서 구매하기 어려울 것이라고 생각한다.'의 2개 항목을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2.5. 예기된 부정적 감정반응

예기되는 부정적 감정 반응은 건강 관련 행동에 관한 선행연구에 근거하여(Conner & Abraham, 2001) 유기농식품에 맞게 항목을 수정하였으며, '유기농식품을 이용하지 않는다면 건강에 해가 될 것 같아서 염려된다.', '유기농식품을 이용하지 않는다면 앞으로 후회할 것 같다.', '유기농식품을 이용하지 않는다면 불안한 느낌이다.'의 3개 항목을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2.6. 과거 구매행동빈도

과거행동은 건강 관련 행동에 관한 선행연구에 근거하여(Conner & Abraham, 2001) 유기농식품에 맞게 항목을 수정하였으며, '귀하께서는 지난 3개월 동안 일주일에 평균 몇 회 정도 유기농식품을 구매하셨습니다?'라는 항목에 직접 응답하도록 하였다.

2.7. 구매의도

구매의도란 특정 제품을 지속적으로 이용하고 구매하려는 의도 또는 소비자의 예기된 혹은 계획된 미래행동을 의미하는 것으로, 신념과 태도가 행위로 옮겨지고자 하는 정도라고 할 수 있다. 의도와 관련된 선행연구들에 근거하였으며(Courneya, 1994; Courneya & McAuley, 1993), 이를 유기농식품에 맞게 항목을 수정하여 '유기농식품을 쉽게 구매할 수 있다면 더 많은 유기농식품을 구매하려고 한다.', '유기농식품이 잘 포장되어 손쉽게 조리할 수 있다면 더 많이 구매할 것이다.', '다음번에 식품을 구매할 때 유기농식품을 선택할 의향이 있다.', '다음번에 유기농식품을 구매할 가능성이 매우 높다.'의 4개 항목을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

그 밖에 소비자의 인구 통계적 특성을 알기 위해서 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 월평균 가구소득 등을 측정하였다.

<표 2> 구성개념의 측정항목

구성개념		측정항목
식품개념 특성	관여도	나는 다른 활동들보다 먹는 것을 더 즐긴다. 음식을 즐기는 것은 내게 매우 중요하다. 나를 아는 사람들은 내가 먹는 것을 좋아한다고 말할 것이다. 매일 해야 하는 다른 의사결정에 비하여 음식을 선택하는 것은 매우 중요하다. 나는 나와 다른 사람들을 위하여 요리하는 것을 즐기는 편이다.
	저항감	나는 새로운 음식을 신뢰하지 않는다. 나는 음식에 뭐가 들어있는지 모르면 그것을 먹으려 하지 않는다. 한 번도 먹어보지 않은 음식은 먹기가 싫다 내가 먹으려는 음식에 대해 매우 까다롭다.
태도		유기농식품을 구매하는 것은 유익한 일이라고 생각한다. 유기농식품을 구매하는 것은 현명한 일이라고 생각한다. 유기농식품을 구매하는 것은 즐거운 일이라고 생각한다. 유기농식품을 구매하는 것은 기쁘다고 생각한다.
주관적 규범		주위 사람들은 내가 유기농식품을 구매해야 한다고 생각한다. 주위 사람들은 내가 유기농식품을 구매하기를 원하고 있다. 주위 사람들로부터 유기농식품을 구매해야 한다는 부담감을 느끼고 있다.
지각된 행동통제 (비용)		유기농식품을 구매하기 위해서는 상당한 비용을 지불해야 한다고 생각한다. 유기농식품은 가격이 비싸서 구매하기 어려울 것이라고 생각한다.
예기된 부정적 감정반응		유기농식품을 이용하지 않는다면 건강에 해가 될 것 같아서 염려된다. 유기농식품을 이용하지 않는다면 앞으로 후회할 것 같다. 유기농식품을 이용하지 않는다면 불안한 느낌이 들 것이다.
과거 구매행동 빈도		귀하께서는 지난 3개월 동안 일주일에 평균 몇 회 정도 유기농식품을 구매하셨습니까?
구매의도		유기농식품을 쉽게 구매할 수 있다면 더 많은 유기농식품을 구매하려고 한다. 유기농식품이 잘 포장되어 손쉽게 조리할 수 있다면 더 많이 구매할 것이다. 다음번에 식품을 구매할 때 유기농식품을 선택할 의향이 있다. 다음번에 유기농식품을 구매할 가능성이 매우 높다.

IV. 분석결과

1. 자료의 인구 통계적 특성

연구에 이용된 조사대상자의 일반적 특성은 <표 3>과 같다. 먼저 성별은 여자가 80.3%로 남자보다 더 많았고, 교육수준은 고졸 이하(49.5%)가 대부분을 차지하였다. 직업에 있어서는 학생이 (37.0%) 가장 많았고 판매/서비스직(17.8%), 전문직(14.4%), 사무직 (11.5%) 등이 순서대로 많았다. 월평균 가정소득은 200만원~300만원 미만 집단(30.3%), 200만원 미만 집단(28.4%), 300만원~400만원 미만 집단(19.7%) 등의 순이었고 끝으로 평균 연령은 33.33세였다.

<표 3> 인구 통계적 특성

변 수		N	%
성별	남	41	19.7
	여	167	80.3
결혼여부	미혼	118	56.7
	기혼	90	43.3
학력	고졸이하	103	49.5
	전문대졸	52	25.0
	4년제 대졸	45	21.6
	대학원 이상	8	3.8
직업	전문직	30	14.4
	판매/서비스직	37	17.8
	사무직	24	11.5
	생산/노무직	3	1.4
	학생	77	37.0
	자영업자	8	3.8
	전업주부	12	5.8
기타	17	8.2	
월평균 소득 (₩10,000)	200만원 미만	59	28.4
	200만원 ~ 300만원 미만	63	30.3
	300만원 ~ 400만원 미만	41	19.7
	400만원 ~ 500만원 미만	25	12.0
	500만 원 이상	20	9.6
Total		208	100.0
		평균	표준편차
연령(세)		33.33	12.32

2. 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서는 탐색적 요인분석에 있어서 요인추출은 정보의 손실을 최소화하면서 요인 수를 줄이기 위한 주성분분석(principal component analysis)방식을 사용하였으며, 요인의 회전에는 직각회전(varimax)방식을 사용하였다.

고유치(eigen value) 값이 1 이상으로 제한하여 요인을 추출하였으며, 적재치 기준을 .4로 하였다(Hair et al., 2006). 추출된 요인의 내적 일관성을 검증하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였고, 신뢰성 계수(Cronbach's Alpha) 값이 .6이상이면 신뢰성을 확보한 것으로 보았다(Hair et al., 2006).

KOM = .790로 최소 적합기준 .6을 넘었고, Bartlett's test = 2564.679(p=.000)로 변수선정과 모형적합성에 문제가 없는 것으로 판단되었으며(Hair et al., 2006), 추출된 요인에 의한 총분산 설명력은 72.729%로 나타났다. 요인분석 결과 식품개성특성의 하위 요인 관여도, 저항감 2개와 유기농식품에 대한 태도, 구매의도를 포함한 총 8개의 요인이 도출되었다. 요인명은 각각 유기농식품에 관련한 '식품개성특성', '태도', '주관적 규범', '지각된 행동통제(비용)', '예기된 부정적 감정반응', '구매의도', '과거 구매행동 빈도'로 명명되었다. 요인들의 신뢰성 계수는 최저 .69(관여도), 최고 .91(태도)로, 추출된 모든 요인들의 신뢰성 계수가 .6을 넘어 신뢰도가 확보되었다. 다음의 <표 4>는 설문응답자의 유기농식품 구매 행동과 관련한 요인분석 결과를 나타낸 것이다.

<표 4> 측정도구의 요인분석과 신뢰도 검증

(N=208)

요 인	항목	요인 적재치	아이겐 값	분산(%)	신뢰계수	
식품개성 특성	관여도	1	0.848	6.344	25.375	0.69
		2	0.853			
		3	0.827			
		4	0.530			
	저항감	1	0.723	2.777	11.108	0.77
		2	0.825			
		3	0.862			
		4	0.627			
태도	1	0.800	2.194	8.775	0.91	
	2	0.859				
	3	0.855				
	4	0.835				
주관적 규범	1	0.801	1.904	7.615	0.78	
	2	0.867				
	3	0.705				
지각된 행동통제(비용)	1	0.825	1.575	6.299	0.74	
	2	0.847				
예기된 부정적 감정반응	1	0.710	1.206	4.824	0.88	
	2	0.713				
	3	0.628				
구매의도	1	0.752	1.124	4.496	0.85	
	2	0.820				
	2	0.791				
	4	0.601				
과거 구매행동 빈도	1	0.841	1.059	4.237	-	

KMO = .790 , Bartlett's test = 2564.679 , P = 0. 000 , 총분산 = 72.729

3. 연구가설의 검증

회귀분석(regression analysis)은 한 개 또는 그 이상의 독립변수들과 한 개의 종속변수 간의 관계를 파악하기 위한 기법으로 하나 또는 여러 개의 독립변수가 갖는 일정한 값에 대응되는 종속변수의 값을 예측하거나 혹은 한 변수를 기초로 하여 다른 변수를 예측하기 위해 사용된다(박정식, 윤영선, 2002).

본 연구에서는 식품 개성 특성(관여도, 저항감)이 유기농식품에

대한 태도에 미치는 영향을 확인하기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다. 다음으로 유기농식품에 대한 태도, 주관적 규범, 예기된 부정적 감정반응, 과거 구매행동 빈도가 구매의도에 미치는 관계를 규명하기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 활용하였다. 또한 모형의 적합도 평가를 위해 p-value, F-value를 검정하였고, R2, 수정된 결정계수(adjusted R2)를 검증하였다. 더불어 다중공선성(multi-colinearity) 검증을 실시하였다.

다중공선성은 세 개 이상의 독립변수들 간에 발생하는 높은 상관관계를 말하며, 분석에서 어느 한 독립변수가 다른 독립변수들에 의해 예측되거나 설명될 수 있는 정도를 말한다(Hair et al., 2005). 설명변수들 간에 높은 다중공선성이 존재하면 회귀분석과정에서 몇 가지 심각한 증상을 발견하게 되는데, 그 중 회귀모형에 대한 유의성 검정인 F-value검정 결과는 통계적으로 의미가 있다고 할 수 있으나 중요한 설명변수들에 대한 개별적인 t-value는 검정결과에서는 통계적으로 유의하지 않는 경우가 발생하거나 설명력이 현저히 낮게 나타날 수 있다(김귀성, 2006).

공선성 판단을 위한 일반적인 기준은 공차한계(tolerance) 0.1 이하, 분산팽창요인(VIF : variance inflation factor)이 10이상이면 다중공선성이 심각하다고 할 수 있다.

3.1. 식품 개성 특성이 유기농식품에 대한 태도에 미치는 영향

식품 개성 특성인 관여도, 저항감을 독립변수로 유기농식품에 대한 태도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 이 모델의 회귀식은 $F = 5.878$, 유의확률 = 0.003 이며, 종속변수의 분산 중 독립변수들에 의해 설명되는 비율 중 자유도를 반영한 수정된 결정계수(adjusted R2)값이 0.045이며 R2는 0.054로 조사되었다.

식품 개성 특성의 하위 차원인 관여도, 저항감이 유기농식품에 대한 태도에 미치는 영향을 회귀계수를 통해 조사한 결과 관여도는 유의수준($p < 0.01$)에서 유기농식품에 대한 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 조사 되었으며, 저항감은 유의수준($p < 0.05$)에서 유의하지 않는 것으로 나타났다.

회귀분석 결과 수정된 결정계수 값이 0.045로 설명력이 나타났고, 종속변수인 유기농식품에 대한 태도가 독립변수들 간에 공선성 통계량을 보면 공차한계가 0.996으로 기준치 0.1보다 크며, 분산팽창요인(VIF)의 값은 1.004로 10보다 매우 작아 공선성의 문제는 없다고 볼 수 있다.

<표 5> 식품 개성 특성과 유기농식품에 대한 태도와와의 관계

종속 변수	독립 변수	회귀계수 (B)	표준 오차 (SE)	t 값	β	유의확률(P)	공차 한계	VIF
태도	(상수)	2.325	0.363	6.406	-	0.000* **	-	-
	식품 관여도	0.287	0.084	3.404	0.232	0.001* *	0.996	1.004
	식품 저항감	0.044	0.071	0.629	0.043	0.530	0.996	1.004

R2 = 0.054, Adjusted R2 = 0.045 , F= 5.878 유의확률 = 0.003

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

3.2. 유기농식품 구매결정 요인이 구매의도에 미치는 영향

유기농식품에 관련한 계획적 행동 이론의 변수들을 독립변수로, 유기농식품 구매의도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 6>과 같다.

이 모델의 회귀식은 $F=33.015$, 유의확률 $=0.000$ 이며, 종속변수의 분산 중 독립변수들에 의해 설명되는 비율 중 자유도를 반영한 수정된 결정계수(Adjusted R2)값이 0.436으로 나타났으며 R2는 0.671로 조사되었다. 독립변수인 ‘태도’는 유의수준($p<0.001$)으로 통계적으로 유의하게 ‘구매의도’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 ‘지각된 행동통제’, ‘예기된 부정적 감정반응’, ‘과거 구매행동 빈도’는 유의수준($p<0.01$) 수준에서 ‘구매의도’에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나 ‘주관적 규범’에 대한 신뢰도는 ‘구매의도’에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 6> 유기농식품 구매결정 요인들과 구매의도의 관계

종속 변수	독립 변수	회귀계수 (B)	표준 오차 (SE)	t 값	β	유의확률(P)	공차 한계	VIF
구매 의도	(상수)	1.899	0.397	4.783	-	0.000* **	-	-
	태도	0.365	0.053	6.894	0.391	0.000* **	0.848	1.180
	주관적 규범	0.113	0.062	1.834	0.110	0.068	0.755	1.324
	지각된 행동 통제 (비용)	0.142	0.050	2.833	0.158	0.005* *	0.876	1.142
	예기된 부정적 감정 반응	-0.181	0.053	-3.385	-0.211	0.001* *	0.704	1.421
	과거 구매행동 빈도	0.062	0.023	2.700	0.145	0.008* *	0.940	1.064
R2 = 0.671, Adjusted R2 = 0.436, F= 33.015 유의확률 = 0.000								

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

회귀분석을 통한 본 연구의 가설 검증 결과를 <표 7>과 같이 제시해 볼 수 있겠다.

<표 7> 연구가설 검증결과

가 설		β	유의 확률	채택 여부
H1	태도 → 구매의도	0.391	0.000* **	채택
H2	주관적 규범 → 구매의도	0.110	0.068	기각
H3	지각된 행위통제 (비용) → 구매의도	0.158	0.005* *	채택
H4-1	식품 관련 개성특성 (관여도) → 태도	0.232	0.001* *	채택
H4-2	식품 관련 개성특성 (저항감) → 태도	0.043	0.530	기각
H5	과거 구매행동 빈도 → 구매의도	0.145	0.008* *	채택
H6	예기된 부정적 감정반응 → 구매의도	-0.211	0.001* *	채택

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

가설 검증 결과를 구체적으로 살펴보면(<표 7> 참조), 유기농식품에 대한 ‘태도’, ‘지각된 행위통제(비용)’, ‘식품 관련 개성특성(관여도)’, ‘과거 구매행동 빈도’, ‘예기된 부정적 감정반응’의 요인들은 구매의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 그 중 ‘예기된 부정적 감정반응’의 경우에 구매의도에 유의적인 영향을 주는($p=0.001$) 것으로 나타났고, 부(-)의 영향($\beta=-0.211$)을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

V. 결론

1. 연구결과 및 시사점

Ajzen(1985)이 제안한 계획적 행동이론(Theory of Planned Behavior, TPB)은 행동을 결정하는 변수로서 태도와 주관적 규범 이외에 지각된 행동통제 (Perceived Behavioral Control)를 제안하며 행동의도가 이러한 변수들과 행동간의 관계를 매개한 것으로 제안한다. 소비자들은 자신들이 보다 많은 자원(시간, 돈, 기술, 다른 사람들의 협조 등)과 기회를 갖고 있다고 생각할수록, 그리고 예상되는 방해요인이나 장애가 적을수록 자신의 행동에 대한 통제력을 크게 느낀다(Ajzen 1988). 지각된 행동통제란 어떤 행동을 수행하는데 따르는 지각된 용이함을 의미하는 것으로, 계획적 행동이론은 지각된 행동통제가 행동목표 달성에 미칠 수 있는 영향을 고려하는 모형이다. 따라서 본 연구에서는 이상에서 제시한 계획적 행동이론 모형(Theory of Planned Behavior Model)을 사용하여 소비자의 유기농식품에 대한 태도와 주관적 규범이외에 지각된 행동통제 (Perceived Behavioral Control)에 관한 가설을 설정하여 이러한 요인들이 유기농식품에 대한 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 추측하였다.

분석결과, 계획적 행동모델에서 주관적 규범을 제외한 태도, 지각된 행위통제(비용)는 구매의도에 유의하게 영향력이 있는 것으로 검증되었으며, 특히 유기농식품에 대해 긍정적인 태도를 가질수록 구매의도가 증가할 확률이 높아진다는 결과를 도출하였다. 다음으로 추가적인 요인으로써, 식품에 대하여 관심이 많고 중요하게 생각하는 소비자일수록 유기농식품에 대하여 호의적인 태도를 가지게 될 확률이 증가하며, 과거에 유기농식품을 구매한 빈도가 유기농식품에 대한 구매의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 유기농식품을 이용하지 않을 경우 나타날 수 있는 소비자의 부정적 감정이 유기농식품에 대한 구매의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 이는 유기농식품을 이용하지 않았을 때 불안 또는 염려를 느끼지만 그 이유로 유기농식품을 구매하려고 하지는 않는다고 볼 수 있다. 그 외에 주관적 규범은 구매의도에, 식품 관련 개성특성(저항감)이 태도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 조사되었다.

이러한 연구결과들을 토대로 본 연구는 다음과 같은 시사점을 가진다.

첫째, 본 연구결과는 지금까지 소비자행동 분야에서 태도와 행동을 설명하는데 널리 받아들여져 왔던 이론으로 간주되는 계획적 행동이론을 재조명함으로써 태도와 행동간의 연구에 대한 이론적 발전에 기여함과 동시에 이를 유기농식품에 적용하여 실증적으로 검증하였다는 점에서 의미를 찾을 수 있다.

둘째, 점차로 계획적 행동모델의 설명력을 높이기 위해 다양한 요인들을 포함하는 모델의 확장에 대한 필요성이 제기되고 있는 가운데 본 연구는 궁극적으로 향후 구매행동의 강력한 예측자인 구매의도에 추가적인 요인들의 영향력을 검증하였다는 점에서 의미를 찾을 수 있다. 즉, 본 연구에서 식품구매에 관련된 특성인 식품관여도와 저항감, 과거 구매행동 빈도 및 예기된 부정적 감정반응 등의 변수들을 계획적 행동모델에 추가하여 소비자들의 반응을 설명하고자 하였는데 커다란 의의가 있다고 할 수 있다.

2. 한계점 및 향후과제

본 연구의 한계점은 서울과 수도권의 일부 거주자들을 대상으로 하고 있어 본 연구의 결과를 우리나라의 전체 소비자로 일반화하기에는 어려움이 있다는 것이다. 뿐만 아니라 조사 대상자의 상당 부분을 학생이 차지하고 있어 유기농식품의 가격대비 소득수준과 관련하여 유기농식품에 대한 구매의도가 구매행동으로 이어지기 어려운 점이 제기될 수 있다. 따라서 가정의 소득수준을 고려하여 실질적인 구매활동이 이루어지는 가정주부 등 조사대상을 군집화·다양화하여 분석할 필요성이 제기된다.

또한 본 연구는 식품에 있어서 종류를 구분하지 않고 조사가 이루어졌으나 농산물이나 가공식품 등 식품의 종류에 따라 소비자의 반응이 다소 상이할 것으로 생각할 수 있다.

뿐만 아니라 본 연구에서는 지각된 행동통제요인에서 지각된 비용만 측정하였기 때문에 비용 외에도 다른 요인들이 지각된 행동통제요인으로 작용할 수 있다는 점에서 향후 연구의 필요성이 제기된다.

끝으로, 본 연구에서는 구매경험여부에 따라 군집을 나누어 연구하지 않았다. 따라서 연구의 결과를 심도 있게 분석하여 유기농식품의 구매 및 소비확대를 위한 자료를 마련하기 위해서는 유기농식품의 구매경험여부에 따라 구매자들을 비교 검토하는 연구가 진행되어야 할 것이다.

Received: January 18, 2012.

Revised: February 10, 2012.

Accepted: February 15, 2012.

References

- 강창용, 정은미 (1999), "친환경농산물의 생산과 소비태분석", *농촌경제*, 22(4), 61-74.
- 강종헌, 장항진 (2008), "유기농 쇠고기에 대한 신념, 주관적 규범, 도덕관념과 태도가 소비의도에 미치는 영향 평가", *한국식생활문화학회지*, 23(3), 301-307.
- 강지은 (2005), "가치성향에 따른 주부들의 유기농산물 구매행동분석", 인천대학교 석사학위논문, 1-89.
- 김검배 (1999), "유기농산물 유통활성화에 관한 연구", 성균관대학교 석사학위 논문, 1-94.
- 김귀성 (2006), "주성분회귀분석을 위한 로버스트추정법에 관한 연구", 숙명여자대학교 석사학위 논문, 1-38.
- 남은우(2010), "블로그 특성이 관계품질과 구매의도에 미치는 영향", *유통과학연구*, 8(2), 45-51.
- 고은희 (2006), "건강지향식생활에 따른 주부들의 식품구매행동 조사", 숙명여자대학교 석사학위 논문, 1-64.
- 박소진, 유소이 (2007), "건강동기와 환경에 대한 관심이 유기농식품 선택에 미치는 영향연구", *소비문화연구*, 10(4), 107-126.
- 박혜영 (2005), "건강관심도와 환경관심도가 유기농산물 구매행동에 미치는 영향", 중앙대학교 석사학위 논문
- 배경근 (2006), "유기농산물과 유기가공식품 현황", *식품과학과 산업*, 9월호, 35-518,
- 식품음료신문(2008), 2008년 9월 30일자.
- 유보영 (2008), "소비자의 웰빙식품 구매행동에 관한 연구", 숙명여자대학교 석사학위 논문, 1-57.
- 유소이, 박소진, 윤하영, 동수이페이 (2008), "유기농 식품에 대한 소비자의 구매의도 영향요인분석", *산업경제 연구*, 21(1), 441-460.
- 유소이, 박재홍 (2005), "식품과 관련된 위험에 대한 소비자관심과 변화된 구매행동의 연계성 및 결정요인 분석: 잔류농약, 미생물, 성장호르몬, 방사선조사, 식품첨가제에 관하여", *산업경제연구*, 18(6), 2841-2858.
- 유소이, 윤하영 (2009), "식품선택동기와 유기농식품선택", *산업경제연구*, 22(6), 2641-2659.
- 윤명길, 김유오(2007), "한국에서의 유통학문 연구 방법론에 대한 소고", *유통과학연구*, 5(1), 75-88.
- 윤주이 (2002), "친환경 농산물의 생산, 소비구조와 신뢰성 제고방안에 관한 연구", 동국대학교 박사학위 논문, 1-258.
- 윤하영 (2008), "식품에 대한 소비자의 구매의도 영향요인 분석: 유기농식품과 유전자재조합식품(GMO)의 비교", 전북대학교 석사학위 논문, 1-93.
- 이상배, 김용겸, 김인호 (2004), "정보시스템 요원의 정보윤리 실천의도에 영향을 미치는 요인간 관계연구", *경영학연구*, 33(2), 375-422.
- 이학식, 김영(2000), "합리적 행동이론과 계획적 행동이론의 평가와 대안적 견해: 소비자 구매행동의 맥락에서", *소비자학연구*, 11(4), 33.
- 최자영, 김경자 (2003), "계획적 행동이론을 적용한 소비자들의 온라인 쇼핑행동 분석", *소비자학 연구*, 14(4), 89-103.
- 한국농촌경제연구원 (2009), "2010년 국내외 친환경농산물의 생산 실태 및 시장 전망"
- Ajzen, I. (1985), "From Intention to Actions: A Theory of Planned Behaviour", in J.Kuhl & J. Beckmann(Eds), *Action Control from Cognition to Behavior*, 11-39, Heidelberg: Springer
- Ajzen, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (1998), *Attitudes, Personality, and Behaviour*. Buckingham: Open University Press.
- Ajzen, I. & Madden, T.J. (1986), "Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control", *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- Bamberg, S., Ajzen, I. & Schmidt, P. (2003), "Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit and reasoned action", *Basic and applied social psychology*, 25(3), 175-187.
- Bell, R. & Marshall, D.W. (2003), "The construct of food involvement in behavioral research: Scale development and vali-

- ation", *Appetite*, 40, 235-244.
- Bentler, P. M. & Speckart, G. (1979), "Models of attitude-behavior relations", *Psychological Review*, 86, 452-464.
- Brennan, G. and Lomasky, L. (2002), "Institutional Aspects of 'Merit Goods' Analysis", *Finanzarchiv*, 41, 183-206.
- Chen, Mei-Fang (2007), "Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic food in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits", *Food Quality and Preference*, 18, 1008-1021.
- Conner, M. & Abraham, C. (2001), "Conscientiousness and the theory of planned behavior: Toward a more complete model of the antecedents of intentions and behavior", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(11), 1574-1561.
- Conner, M. & Armitage, C.J. (1998), "Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research", *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1429-1464.
- Courneya, K.S. & McAuley, E. (1993), "Prediction physical activity from intention: Conceptual and methodological issues", *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 15, 50-62.
- Eertmans, A., Victoir, A., Vansant, G. & Bergh, O. (2005), "Food-related personality traits, food choice motives and food intake: Mediator and moderator relationships", *Food Quality and Preference*, 16, 714-726.
- Fishbein, Martin and Ajzen, Icek (1975), *Belief, Attitude, and Behavior: An Introduction to Theory and Reading*, MA: Addison-Wesley. Addison-Wesley, 6.
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C.A., Sobal, J. and Falk, L. W. (1996), "Food choice: A Conceptual Model of the Process", *Appetite*, 26(3), 247-265.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. (2005), *Data analysis with readings*, Prentice-Hall International. Inc.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006), *Multivariate Data Analysis*, 6th ed, Nes Jersey: Prentice-Hall International Inc
- Kutner, T. L (2002), "Rational decision perspectives on alcohol consumption by youth: Revising the theory of planned behavior", *Addictive Behaviors*, 27, 35-47.
- Loewenstein, G.F., Weber, E.U. Hsee, C.K. & Welch, N. (2001), "Risk as feelings", *Psychological Bulletin*, 127, 267-286.
- Magnusson, Maria K., Arvola, Anne, Hursti, Ulla-Kaisa K., berg, Lars and Sjd, P. (2003), "Choice of organic food is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour", *Appetite*, 40, 109-117.
- Mann, Stefan (2003), "Why Organic Food in Germany is a Merit Good", *Food Policy*, 28, 459-469.
- Methieson, K., Peacock, E. & Chin, W. W. (2001), "Extending the technology acceptance model: The influence of perceived user resources", *DATA BASE for Advances in Information Systems*, 32(3), 86-112.
- Norman, P. & Smith, I. (1995), "The theory of planned behaviour and exercise: An investigation into the role of prior behavior, behavioral intentions and attitude variability," *European Journal of Social Psychology*, 12, 403-415.
- Pliner, P.P. and Hobden, K.(1992), "Development of a Scale to Measure the Trait of Food Neophobia in Humans", *Appetite*, 19(2), 105-120.
- Rhodes, R.E. & Courneya, K. S. (2003), "Modelling the theory of planned behavior and past behavior", *Psychology, Health & Medicine*, 8, 57-68.
- Richard, R., van der Pligt, J. & Vries, N. (1996), "Anticipated affect and behavioral choice", *Basic and Applied Social Psychology*, 18, 111-129.
- Richard, R. de Vries, N. K. & van der Pligt, J. (1998), "Anticipated regret and precautionary sexual behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1411-1428.
- Stanovich, K. E. & West, R. F. (2000), "Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate", *Behavioral and Brain Sciences*, 23, 645-726.
- Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y. & Mattas, K. (2008), "Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study", *Retail & Distribution Management*, 36, 158-175.
- Triandis, H. C. (1977), *Interpersonal behavior*, Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Williams, P. R. D. and Hammit, J. K.(2001), "Perceived risks of conventional and organic produce: Pesticides, pathogens, and natural toxins", *Risk Analysis*, 21, 319-330.