

유기농메뉴 선택의도에 관한 연구

A Study on the Choice Intention of Organic Menu in the Restaurant

홍경완*¹ · 김경미²

계명대학교 호텔관광학과¹ · 농촌진흥청²

Hong, Kyung-Wan*¹ · Kim, Gyung Mee²

Keimyung University, Hotel & Tourism management¹

National Academy of Agricultural Science, RDA²

본 연구는 일반 적인 식품 구매 동기와 레스토랑에서 유기농메뉴를 선택할 선택의도에 대한 영향관계를 살펴보고자 한다. 구체적으로 식품구매동기의 선행변수로서 가족과 지인의 영향 그리고 언론의 영향을 제시함으로써 가족과 언론의 영향이 일반적인 식품구매동기에 영향을 미치는지를 파악하고, 다시 식품구매동기는 친환경소비행동에 영향을 미치는지, 마지막으로 친환경소비행동은 레스토랑에서 유기농메뉴선택의도에 영향을 미치는지를 구조적 인과관계를 통해서 살펴보고자 한다. 본 연구의 실무적 시사점으로 제시한 동기요인들이 유기농메뉴 선택의도에 영향을 미치는 지를 파악할 수 있어 현재 유기농 레스토랑을 운영하는 운영자뿐만 아니라 일반 레스토랑에서 유기농메뉴를 제공하는 사람들 그리고 향후 창업을 준비하는 사람들에게 실무적 시사점들을 제시할 수 있다. 또한 학문적으로는 식품선택동기와 유기농메뉴 선택의도간의 관계를 확장함으로써 좀 더 구체적으로 유기농메뉴 선택의도에 영향을 미치는 선행요인들을 파악할 수 있다.

본 연구는 식품선택동기가 친환경 소비행동과 유기농식품선택에 영향을 준다는 기존 선행연구(유소이, 윤하영, 2009; 박소진, 유소이, 2007)들에 근거하여, 대구 경북지역에 있는 일반 소비자를 대상으로 2011년 8월 8일부터 8월 19일간 설문조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 총 배부된 350부의 설문지 중 320부를 회수하였으며, 불성실한 응답자와 잘 못조사된 응답자를 제외한 총 303부를 분석에 사용하였다. 연구 목적을 달성하기 위하여 기본적인 사항을 묻는 질문 4항목과 5점 리커트 척도로 측정하는 평소식품을 선택하는 주된이유(22개 항목), 친환경 소비행동 (3개 항목)은 유소이(2009)등이 개발한 항목들을 이용하였고, 가족 및 지인의 영향(3개 항목), 언론매체의 영향(3개 항목), 유기농메뉴선택의도(3개 항목)를 묻는 문항들은 사전에 일반소비자들과 인터뷰한 결과들을 요약, 정리하여 설문지를 작성하였다. 모든 문항은 점수가 높을수록 수준이 높은 것을 의미한다.

결론적으로 식품구입을 하게 되는 주요동기에 가족, 지인 그리고 언론의 영향은 상당히 큰 것으로 나타나고 있으며, 다시 이러한 식품 구매 동기는 친환경 소비행동과 유

기농 메뉴선택의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 밝혀냈다. 특히 원산지가 어디인가? 그리고 어느나라에서 온것인가? 친환경적으로 포장되어 있는가? 같은 윤리적 관심은 유기농 메뉴를 선택하는데 가장 크게 영향을 미치고 있었다. 따라서 현재 유기농 메뉴를 제공하는 레스토랑에서는 원산지 및 출처를 명확하게 밝혀 윤리적 관심이 높은 소비자의 욕구를 충족 시켜주어야 할 것이다.