

친환경 농산물 소비자의 소비행태에 관한 특성분석

배 성 의 · 윤 준 상 · 이 종 상 · 김 창 호* · 윤 길 선**
공주대학교 지역사회개발학과 · 공주대학교 식물자원학과*
홍성군농업기술센터**

Analysis on the Characteristics of Consumer's Consumption Types of Environmentally Friendly Agricultural Products

Bae, Sung Eui · Yoon, Jun Sang · Lee, Jong Sang · Kim, Chang Ho* ·
Yoon, Gil Sun**

Dept. of Community Development, Kongju Nat'l Univ.

Dept. of Plant Resource, Kongju Nat'l Univ.*

Hongsung Agriculture Technology Center**

ABSTRACT

The purpose of this study is to present a plan to activate the production and consumption of environmentally friendly agricultural products through an analysis on the understanding degree, the level and inclination of consumption, the satisfaction degree of consumption, and the comprehension degree of production and circulation process of the environmentally friendly agricultural products. I reviewed the literature and did survey in this study. The results are as follows :

(1) As a result of an analysis on the understanding degree of the environmentally friendly agricultural products, it is shown to get 6.37 points out of 10 and also, there is a difference between age, educational background, and income level. (2) In the case of research on the method to distinguish the environmentally friendly agricultural products from others, it is proved that consumers have a strong faith on quality guarantee marks and there is a difference between gender, income level, and consumption period. (3) It is also shown that consumers purchase environmentally friendly agricultural products for the family member's health in the survey on the motivation for purchasing them. And also, there is a difference between men and women. (4) The result of the survey on the consumption scale of the environmentally friendly agricultural products shows that 94 people(60.3%) spend more than 50% of their gross foodstuffs cost purchasing them and 20 people(12.8%) spend 30-50%. (5) In the survey on the amount and the frequency of the purchasing items of the environmentally friendly agricultural products, respondents count livestock products mostly in amount while point out main cereals and a kinds of soy and pastes in frequency. (6) Consumers ask that the price of environmentally friendly agricultural products is a little expensive or reasonable and there is no differences between individual groups.

(7) In the case of the purchase of foreign environmently friendly agricultural products, there are more people who want to purchase domestic ones than those who want foreign ones. Therefore, it is shown that environmently friendly agricultural products have a counterpower after the market-open to import. (8) As a result of the analysis on the quality of environmently friendly agricultural products, it is proved that they have better quality than general agricultural products and also, it is found out that women feel larger differences than men in quality. (9) In the analysis on the satisfaction degree of the environmently friendly agricultural products, it is proved that respondents trust the safety and nutrition of them whereas they are not satisfied with the external shape of them. (10) It is analyzed that the conversion of consumer's consciousness is the most critical factor for development of environmently friendly agriculture. (11) The factors to activate the consumption of environmently friendly agricultural products are proved in order of the enlargement of direct transaction, the conversion of consumer's consciousness, the easiness of purchase, activating consumers' unions, and publicity.

Key words: environmental friendly agricultural products, consumer's consumption types

I. 서 론

우리나라의 농업정책은 지난 40년간 증산 위주의 정책으로 일관하면서 화학비료와 농약의 사용으로 생산량이 증대되어 식량부족이 해소되었고 상품성이 향상되었으나 농업인들이 생산성 향상에 집착한 결과 과도한 비료와 농약의 사용으로 인한 자연생태계에 심각한 영향을 미치는 현상들이 발생하고 있다. 또한 광우병, 구제역, 조류독감, 폐기농산물을 이용한 식품가공. 이와 같은 일련의 사건들은 식품의 안정성 문제가 먹거리에서 가장 주요한 문제로 대두되게 하는 계기가 되었다.

이와 같은 국내 분위기는 값싼 외국농산물 수입이 개방된다 하여도 고품질의 친환경 농산물을 이용한다면 충분히 승산이 있는 싸움이 될 것이라는 방향성을 제시하게 해준다. 이에 따라 친환경농산물의 생산은 정부의 친환경농업에 대한 지원과 직접지불제 도입, 칠레와의 자유무역협정(FTA)타결 등의 영향으로 친환경농업 참여 농가가 급증할 것으로 예상되고 있다.

그러나 친환경농산물은 아직까지 소비자들로부터 일반농산물과의 차별성을 인정받지 못하고 있으며 노동집약적이기 때문에 일반농산물보다 가격이 높고 비료 농약의 사용을 하지 않기 때문에 외관이 양호하지 않으며 유통에서도 유통기간

이 짧고 소비자의 신뢰가 낮은 것이 문제점으로 대두되고 있다.

친환경농산물에 대한 생산과 소비가 증대되고 있음에도 불구하고 친환경농산물 생산에 중요한 영향을 미치는 소비자들의 친환경농산물에 대한 인식과 소비 패턴에 대한 관심은 일부 소비자 단체를 중심으로 조사되어져 있지만 이에 대한 학문적인 접근은 활성화되지 못한 실정이다. 따라서 이 분야에 대한 체계적인 학문적 연구가 필요한 실정이다.

위와 같은 관점에서 본 연구에서는 소비자들의 친환경농산물 소비 성향을 조사하여 친환경농산물의 생산과 유통을 활성화하고 친환경농업의 지속 가능한 발전 방안을 모색하는데 목적이 있다. 이상의 목적을 달성하기 위한 본 연구의 구체적인 내용을 살펴보면, 첫째 친환경농산물 소비자들의 친환경농산물에 대한 이해정도, 둘째 친환경농산물 소비자들의 친환경농산물에 대한 소비수준 및 행태, 셋째 친환경농산물 소비자들의 친환경농산물에 대한 소비 만족도, 넷째 친환경농산물 소비자들의 친환경농산물에 대한 생산 및 유통과정에 대한 이해정도 등을 분석하고 이상의 분석결과를 바탕으로 친환경농산물의 생산과 소비를 활성화시킬 수 있는 방안을 제시하였다.

II. 선행연구의 고찰

친환경 농산물과 관련된 연구경향을 살펴보면 Table 1에서 본 바와 같이 친환경 농산물과 관련된 연구의 대부분은 첫째, 주로 소비자 시대를 맞이하여 왜 친환경 농업이 육성되어야 하는지의 연구, 둘째, 친환경농산물을 생산하기 위해 제도적 보완의 필요성에 관한 연구, 셋째, 친환경농업

에 대한 유통관점에서 소비자와 생산자의 인식조사에 관한 연구 등으로 친환경 농업의 당위성과 그에 대한 제도적 방안과 친환경 농업과 관련된 연구라고 볼 수 있다.

그러나 친환경 농업을 육성하기 위한 첫걸음은 유통과정의 정비에 있다고 할 수 있다. 관행농법과 다른 친환경 농업으로의 전환은 수확량의 감소로 이어지며 그 기간동안 생산자의 가계를

Table 1. The preceding research with relation to the environmentally friendly agricultural products

Researcher	Year	Method	Subject matter
권광선 최덕천	2001	아이디어와 2차 자료 방법	고투입 농업대안으로서 환경농업의 필요성 역설, 협동네트워크를 통한 친환경농업의 경쟁력 제고방안
전태갑	2001	아이디어와 2차 자료 방법	친환경농산물 유통의 문제점인 유통기구, 유통관련제도 및 품질인증에 대해 지적하고 친환경농산물 유통기구의 설립과 친환경 농산물과 관련한 브랜드 및 품질인증제도의 보완
박헌태 강창용 정은미	2000	가격, 신뢰성 확보문제, 구입용 이성에 대해 평가지표 이용	유기농산물 생산·소비·유통·제도에 관한 연구'는 제시된 연구주제를 심층 분석하여 각 분야별 합리적 개선방향을 도출한 연구로 친환경 농산물의 생산·소비·유통·제도적 관점에서 종합화한 연구로 평가
윤석원	1999	설문지기법과 2차 자료에 의한 연구	유기농산물 생산·소비·유통·제도에 관한 연구'는 제시된 연구주제를 심층 분석하여 각 분야별 합리적 개선 방향을 도출한 연구로 친환경 농산물의 생산·소비·유통·제도적 관점에서 종합화한 연구로 평가
강창용 정은미	1999	설문조사기법활용 ; 친환경농산물생산자 155개, 경인지역 235명 주부 대상	일반경종농업보다 친환경농산물의 생산자는 비교적 젊은 40~50대의 고학력으로 진취적·개혁적, 농산물 출하는 할인점, 백화점 납품유형, 자신이 소속된 조직·단체 통한 출하, 생산자 직접 판매 등 생산과 출하에 매우 적극적. 친환경농산물 소비행태분석 결과 친환경농산물의 안전성, 친환경농산물 소비촉진방안은 가격인하, 품질인증, 구매용이성 증대
허길행	1999	아이디어와 2차 자료에 의한 방법	유기농산물 대량생산 대량소비시대 도래로 상표 활용한 외부표시방식에 의한 도매시장, 물류센터, 그리고 대형 거래토록 유통 및 판로확보를 방안제시, 이를 위해 국가차원의 유기농산물에 대한 적절한 인증 및 표시기준 마련
전태갑 송문갑 윤 선	1998	광주지역 주부대상 292개 설문기법 활용	지각된 소비자들의 농산물 점포선택의 결정속성 요인을 파악하고 이를 통하여 점포선택행동 및 점포간의 경쟁관계를 분석하고 미래의 점포형태를 예측
김 호	1993	유기농산물 생산자(91개)와 소비자(152개) 대상 설문기법	유농업에 개념 검토 및 정립, 유기농업 발생배경과 기본철학, 경제적 배경과 경영방식, 유기농산물의 생산과 가격 및 유통, 소비에 관한 것으로 친환경농업에 관해 보다 체계적인 연구방법 활용

유지시켜 줄 수 있는 것이 가장 중요한 문제이기 때문이다. 이를 위한 가장 좋은 방안은 협동조합을 통한 생산자와 소비자의 계약재배를 통한 안정된 유통구조의 확보에 있는 것이다. 이를 위해 중요한 요소는 협동조합을 통해 현재 친환경 농산물의 소비자의 인식과 소비패턴을 분석하는 것은 친환경 농산물 이용자를 지속적으로 유지할 수 있고, 나아가 확대할 수 있는 방법이 될 것이기 때문이다.

현재까지 진행된 연구에서 인식수준과 소비패턴과 관련된 연구의 경우 설문지 구성에 있어 구조화된 형태를 보이지 못하고 있다. 이와 같은 이유는 친환경 농산물에 대한 연구가 일천한 것에 이유가 있다.

본 연구의 대상이 되는 풀무소비자생활협동조합 조직과 운영현황을 살펴보면 풀무소비자생활협동조합의 모체는 1960년 풀무농업기술고등학교에 무인 구판장을 개설하면서 시작되었으며 소비자협동조합 중앙회 회원조합으로 1985. 12. 3일 가입하였으며 2000.2월에는 소비자생활협동조합법에 근거한 창립총회를 개최 현재에 이르고 있다.

생산자들은 주로 홍성군에 거주하고 있으며 인근시인 보령시에는 10명이 거주한다. 조합원은 최초 45명에서 현재는 401명으로 이루어져 있으며 이 중 생산자는 198명이고 203명은 홍성 지역에 거주하는 소비자로 구성되어 있다.

농산물 직거래 사업은 서울의 좋은 쌀집과 1984년 5월 최초로 시작을 하였으며 유기농산물 직거래사업의 시작은 1989년 여성 민우회 소비자

생활협동조합과 처음 시작하여 현재는 40여개의 소비자생활협동조합 20,000여명의 회원과 직거래 사업을 하고 있다.

풀무소비자생활협동조합 유기농산물 물류센터는 2002년 9월 친환경농업지구 사업자금으로 조성되었으며 유통센터와 농민교육장, 생태화장실, 생태연못, 하수처리습지원 등을 조성 지역민의 친환경농업 기술교육과 도시소비자들의 숙박 및 교육을 전담하고 있다.

풀무 생활협동조합에서 소비자에게 공급하는 농산물의 품목은 곡물류가 20종, 채소류 74종, 과일류 9종, 축산물 7종, 가공식품 10종, 기타 8종이며 매출액은 2002년 32억 3천만원으로 연간 매출 총 이익이 3억 2천 5백만원이었다.

III. 연구 방법

본 연구는 문헌연구와 조사연구를 병행하여 실시하였다.

조사연구는 친환경농산물 소비자들을 대상으로 친환경농산물에 대한 소비성향 및 의식조사를 위하여 설문조사를 다음과 같이 실시하였다.

1. 조사방법

1) 조사도구의 작성

조사도구의 문항구성은 Table 2와 같이 4개 항목, 31문항으로 구성되어 있다.

친환경농산물 이해에 관한 사항은 O, X 10개 문항으로 맞은 개수를 점수로 사용하였으며, 친

Table 2. The questions of survey research tool

Field	Contents of questionnaire
개인적 배경	성별, 연령, 학력, 직업, 가구소득
친환경농산물 이해	품질인증 종류 구분, 품질인증 상표 종류, 유기농산물에 대한 구분, (유기농산물, 전환기유기농산물, 무농약농산물, 저농약농산물, 일반재배), 품질인증농산물품질관리, 품질인증농산물 선별,포장,출하, 품질인증농산물 유통관리, 친환경농산물 구분방법
친환경농산물 소비형태	친환경농산물 구입비, 식품품 구입중 친환경농산물 구입비율, 친환경농산물 소비촉진, 친환경농산물 가치, 친환경농산물 가격결정, 친환경농산물 가격 변화
친환경농산물 만족도	친환경농산물과 일반 농산물의 차이, 친환경농산물과 일반농산물의 차이에 대한 중요도, 친환경농산물에 대한 품질, 친환경농산물의 농약 안전도

환경농산물 소비성향은 친환경 농산물 소비실태와 관련된 6개 문항을 이용하였고, 친환경농산물 만족정도는 친환경농산물 품질만족정도를 이용하였다.

2) 연구 대상과 자료의 수집

본 연구는 충남 홍성군 홍동면의 풀무소비자 생활협동조합의 친환경 농산물을 공급받는 도시 소비자 생활협동조합의 소비자를 대상으로 하였다. 조사 기간은 2003. 4.30-5.30으로 31일간 실시하였으며, 서울 여성 민우회, 안양 바른 생활협동조합, 부천 Y생활협동조합, 군포 Y생활협동조합, 고양 두레생활협동조합, 인천 푸른 생활협동조합, 안산 드림 생활협동조합, 인천 참조은 생활협동조합, 성남 주민 생활협동조합, 부천 그린생활 협동조합에 배포하여 조사하였다. 설문 응답방식은 응답자가 설문지에 직접 표기하는 자기기입방식을 선택하였다.

조사에 이용된 설문지의 배포 및 회수 현황은 Table 3과 같았으며, 자료 선별 작업을 통해 최종 분석에 사용된 설문지는 156매를 분석에 사용하였다.

Table 3. The distributed and withdrawal of questionnaire

No. of distribution	N(%)			
	Withdrawal		Analysis	
	Number	Ratio	Number	Ratio
200	169	(84.5%)	156	(78.0%)

3) 자료의 분석방법

수집된 자료를 SPSS/WIN 10.0 프로그램을 사용하여 빈도, 백분율과 특성에 따른 차이를 검증하기 위하여 t-test, χ^2 -test, ANOVA 등을 이용하였다.

IV. 연구 결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 배경적 특성을 분석한 결과를 보면, 총 응답 대상자 수는 156명으로 남성은 15(9.6%)명, 여성은 141(90.4%)명으로 여성의 비

Table 4. The social background of survey subject

Variables	Class	Frequency	%
Gender ¹⁾	male	15	9.6
	female	141	90.4
Age	20's	2	1.3
	30's	107	68.6
	40's	42	26.9
	50's	5	3.2
Education Level	under high school	53	34.0
	university	98	62.8
	above graduate school	5	3.2
Patriarchal Job	self-management	50	32.1
	office worker	80	51.3
	public servant	13	8.3
	professional job	8	5.1
	etc	5	3.2
Residential District	rural	2	1.3
	small city	84	53.8
	big city	68	43.6
Growth Place	etc	2	1.3
	rural	59	37.8
	urban	97	62.2
Family Income	under 2 million	15	9.6
	under 2.5million	25	16.0
	under 3million	32	20.5
	under 3.5million	28	17.9
	above 3.5million	56	35.9
Total		156	100

1) 남성의 비율이 작으나 생활협동조합에 참여하는 남성과 여성의 비율을 보면 합당한 결과라 할 수 있음.

율이 높아 아직까지는 생활저변까지 확대되지 못하고 식품 수준에 머물러 있는 것을 보여주고 있으며, 연령별 분포를 보면 20대는 2(1.3%)명, 30대는 107(68.6%)명, 40대는 42(26.9%)명, 50대는 5(3.2%)명인 것으로 분석되어, 30대와 40대 주도로 참여하고 있는 것을 볼 수 있다. 학력별로는 대졸이 98(62.8%)명으로 가장 많았고, 고졸은 53(34.0%)명, 대학원 졸업이상은 5(3.2%)명으로 나타나 대체적으로 학력 수준은 높은 것을 보여주고 있으며, 세대주 직업은 회사원이 80명(51.3%)으로 가장 많았고, 자영업 50명(32.1%), 공무원 13명(8.3%), 전문직 8명(5.1%), 기타 5명(3.2%) 순으로 나타나 났다. 거주지역은 중소도시에 거주가 84(53.8%)명으로 가장 많고, 대도시 68(43.6%)명, 농어촌과 기타는 각 2(1.3%)명으로 중소도시

와 대도시의 분포가 많으며, 소득수준은 350만원 이상이 56명(35.9%)로 분석되어 비교적 소득수준이 많은 것을 보이고 있다.

2. 친환경 농산물의 이해도

친환경 농산물 이해 정도를 살펴보면 Table 5와 같다. 생활협동조합 이용자의 이해정도는 전체수준으로 6.37 수준인 것으로 분석되어 절반을 약간 넘는 수준인 것으로 분석되었다. 그러나 이해정도를 측정하기 위해 사용된 설문문항에 대해 무작위로 답한다 해도 50% 수준인 것을 생각하면 높다고 할 수 없다. 학력수준을 제외한 성별 연령별 소득수준별 집단간에 친환경 농산물 이해정도는 차이가 없는 것으로 분석되었다.

그러나 학력 수준과 친환경 농산물 이해정도

Table 5. The understanding degree of environmently friendly agricultural products²⁾

Variables		N	Mean	S.D.	t/F
Gender	male	15	6.27	1.62	-.282
	female	141	6.38	1.51	
Total		156	6.37	1.52	
Age	20's	2	4.00	.00	1.833
	30's	107	6.36	1.56	
	40's	42	6.45	1.31	
	50's	5	6.80	1.92	
Total		156	6.37	1.52	
Education Level	under high school	53	6.53	1.46	3.831*
	university	98	6.38	1.50	
	above graduate school	5	4.60	1.52	
Total		156	6.37	1.52	
Family Income	under 2million	15	6.20	2.18	2.228
	under 2.5million	25	5.96	1.77	
	under 3million	32	7.00	.98	
	under 3.5million	28	6.50	1.43	
	above 3.5million	56	6.18	1.42	
Total		156	6.37	1.52	

* p<.05

2) 친환경 농산물 이해정도는 친환경농산물에 관한 문항의 옳고 그름을 판단케 하여 정답의 수를 점수로 사용하였으며 10점 만점을 기준으로 하였다.

는 고졸 집단의 평균이 6.53으로 가장 높고, 대졸 6.38로 분석되었으며, 대학원졸 이상의 점수가 4.60으로 가장 낮은 것으로 분석되었다. 그러나 이와 같은 결과는 설문에 응한 주된 대상자들의 연령층과 관련지어 생각해 보면 생활협동조합의 활동경력과 관련이 있는 듯하며, 이는 대학원 졸업자의 경우 상대적으로 적은 나이의 분포를 보이는 것과 성격을 같이 한다고 볼 수 있다.

즉 친환경 농산물에 대한 이해도와 가장 관련이 있는 것은 친환경농산물에 관심을 갖고 생활협동조합에 일찍 참여한 그룹이라고 생각되어진다.

3. 친환경 농산물의 구별방법

성별과 친환경 농산물 구별방법의 분포 특성을 살펴보면 Table 6에서와 같이 여성은 품질인증 표시가 크게 작용하고 있음을 알 수 있고, 남성은 생산자의 신뢰를 바탕으로 친환경 농산물을 구분하는 것으로 분석되었다. 이와 같은 차이는 여성이 남성보다 친환경 농산물을 선택함에 외부 요인(인증마크, 브랜드 등)에 대하여 민감하게 작

용하고 있는 것으로 해석되며, 실제적으로 가정의 먹거리를 선택하는 주된 계층이 여성이라는 점을 감안한다면 친환경 농산물에 대한 인증제에 대한 홍보 및 활성화가 중요한 요인으로 작용할 것이라는 점을 알 수 있다.

소득수준과 친환경 농산물의 구입방법 간의 차이를 분석한 결과를 보면, $p=.000$ 으로 유의수준 5% 수준에서 유의한 것을 볼 수 있었다. 모든 소득분포에서 친환경 농산물 구입방법으로 품질인증 표시(60%, 68%, 59.4%, 78.6%, 64.3%)를 보는 것이 가장 중요한 것으로 분석되었으나 200-250만원 집단은 생산자의 신뢰가 그 다음으로 중요하며, 250-300만원 집단은 유통회사의 상표를 보고, 350만원 집단은 소비자 단체를 통해서가 28.6%로 분석되었다. 품질인증표시와 유통회사 상표가 중요하게 작용되고 있으나 소득수준이 350만원이상을 넘을 경우 소비자단체 등의 요소가 크게 작용하고 있는 것을 볼 수 있었다. 이와 같은 것은 소득수준이 높을수록 사회적 참여 활동이 증진되기 때문에 이러한 현상이 나타난 것으로 해석할 수 있다.

Table 6. The recognized method of environmently friendly agricultural products³⁾

Variables		Mark of attestation	Company brand	Producer trust	Produced article	Consumer's group	Total	
Gender	male	4(26.7)	1(6.7)	5(33.3)	2(13.3)	3(20.0)	15(100.0)	$\chi^2=16.99^{**}$
	female	99(70.2)	6(4.3)	9(6.4)	7(5.0)	20(14.2)	141(100.0)	
Total		103(66.0)	7(4.5)	14(9.0)	9(5.8)	23(14.7)	156(100.0)	
Family income	under 2million	9(60.0)	0(0.0)	2(13.3)	2(13.3)	2(13.3)	15(100.0)	$\chi^2=51.68^{**}$
	under 2.5million	17(68.0)	0(0.0)	4(16.0)	3(12.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	under 3million	1(59.4)	7(21.9)	1(3.1)	3(9.4)	2(6.3)	32(100.0)	
	under 3.5million	22(78.6)	0(0.0)	4(14.3)	0(0.0)	2(7.1)	28(100.0)	
	above 3.5million	36(64.3)	0(0.0)	3(5.4)	1(1.8)	16(28.6)	56(100.0)	
Total		103(66.0)	7(4.5)	14(9.0)	9(5.8)	23(14.7)	156(100.0)	
Consumption term	short term	38(76.0)	1(2.0)	8(16.0)	0(0.0)	3(6.0)	50(100.0)	$\chi^2=18.22^*$
	middle	39(65.0)	3(5.0)	4(6.7)	6(10.0)	8(13.3)	60(100.0)	
	long	26(56.5)	3(6.5)	2(4.3)	3(6.5)	12(26.1)	46(100.0)	
Total		103(66.0)	7(4.5)	14(9.0)	9(5.8)	23(14.7)	156(100.0)	

* $p<.05$, ** $p<.01$

3) 5%수준에서 유의차가 나타나지 않은 연령($\chi^2=.083$), 학력($\chi^2=.262$)은 분석에서 제외하였다.

소비기간별 친환경농산물 구분방법은 유의수준 5% 수준에서 의미가 있는 것으로 나타났으며 소비기간이 짧을 수록 품질인증표시로 구별을 하였으며 소비기간이 길수록 소비자 단체를 통한 친환경 농산물을 구별하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 따라서 친환경농산물 소비 단체를 통한 지속적인 소비 촉진을 위한 방향으로 노력하는 것이 소비자들에게 친환경농산물에 대한 판단을 증진시키는 것이 중요한 요인인 것으로 생각할 수 있었다.

4. 친환경 농산물의 구입동기

친환경농산물 구입동기와 연령과의 관계를 보면 Table 7에서와 같이 모든 연령층에서 식품의 안전성이 가장 중요한 요인으로 작용하고 있다. 가족의 건강에 좋을 것 같아서가 30대는 68.20, 40대는 45.2%, 50대는 20%로 나타났으며, 농약으

로부터의 안전성은 각 13.1%, 16.7%, 40.0%로 분석되어 친환경 농산물 구입동기에서 가장 중요한 요인으로 작용하고 있다.

소득수준의 관련성을 살펴봐도 소득수준이 높을수록 친환경 농산물의 구입동기가 식품의 안정성 문제가 중요한 요인으로 작용하고 있으며, 환경오염과 생태계 보호는 약해지는 특성을 보이고 있다. 이와 같은 분포는 소득수준이 낮은 집단은 연령대가 낮으며, 소득수준이 높은 집단은 연령대가 비교적 높은 집단으로, 연령대가 낮을 수록 환경보호 측면의 고려도 중요한 요인으로 작용하고 있는 것으로 해석되어진다.

5. 친환경 농산물의 소비규모

친환경 농산물 소비규모 차이를 분석한 결과 Table 8에서와 같이 대졸의 경우는 식료품비의 50% 이상이 70.4%, 30-50%는 13.3%로 분석되었

Table 7. The buying motivation of environmently friendly agricultural products⁴⁾

Variables	Safety	Health	Taste	Protection of ecological system	Invitation of around a person	Etc.	Total
Age	20's	0(0.00)	2(100.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2(100.0)
	30's	14(13.10)	73(68.20)	0(0.00)	10(9.30)	6(5.60)	107(100.0)
	40's	7(16.70)	19(45.20)	2(4.80)	12(28.60)	2(4.80)	42(100.0)
	50's	2(40.00)	1(20.00)	0(0.00)	1(20.00)	0(0.00)	5(100.0)
Total	23(14.70)	95(60.90)	2(1.30)	23(14.70)	8(5.10)	5(3.20)	156(100.0)
Family income	under 2million	0 (0.00)	9(60.00)	0 (0.00)	3(20.00)	2(13.30)	15(100.0)
	under 2.5million	11(44.00)	10(40.00)	0(0.00)	3(12.00)	1(4.00)	25(100.0)
	under 3million	3(9.40)	22(68.80)	1(3.10)	3(9.40)	2(6.30)	32(100.0)
	under 3.5million	4(14.30)	22(78.60)	0(0.00)	1(3.60)	0 (0.00)	28(100.0)
	above 3.5million	5(8.90)	32(57.10)	1(1.80)	13(23.20)	3(5.40)	56(100.0)
Total	23(14.70)	95(60.90)	2(1.30)	23(14.70)	8(5.10)	5(3.20)	156(100.0)

$\chi^2=26.97^*$

$\chi^2=35.23^*$

* p<.05

4) 5% 수준에서 유의차가 나타나지 않은 성별(p=.088), 학력(p=.482), 소비기간(p=.190)은 분석에서 제외하였다.

으나, 고졸자는 식료품비의 50% 이상은 47.2%, 5-10%는 13.2%로 분석되어 고졸자는 대졸자보다 친환경농산물 소비규모가 작은 것을 볼 수 있어 친환경 농산물 소비규모는 학력 수준과 깊은 관련이 있고, 이와 같은 차이는 친환경농산물에 대한 이해의 정도에서 오는 차이인 것으로 풀이된다.

소득수준과 친환경 농산물 소비와의 분포정도를 살펴보면, 소득수준이 높은 집단이 친환경 농산물 소비규모가 큰 것을 확인 할 수 있었다. 이와 같은 현상은 친환경농산물이 관행농법에 의해

생산된 농산물 보다 가격이 비싼 요인으로 풀이 할 수 있다.

소비기간은 유의수준 5) 수준에서 유의차를 발견할 수 없었으나 p=.051로 임계치가 근접해 있고, 소비기간과 소비규모의 차이에 대한 양상을 살펴볼 수 있어 분석에 사용하였다. 친환경농산물을 소비하는 기간이 길수록 친환경농산물의 소비가 증가함을 확인 할 수 있다. 이는 소비기간이 길어질수록 친환경농산물에 대한 이해정도가 깊어지기 때문인 것으로 생각된다.

Table 8. The consumption scale of environmently friendly agricultural products⁵⁾

Variables	Under 5%	Under 10%	Under 20%	Under 30%	Under 50%	Above	Total	
	of total food budget	of total food budget	of total food budget	of total food budget	of total food budget	51% of total food budget		
Education Level	under high school	2 (3.8)	7 (13.2)	8 (15.1)	6 (11.3)	5 (9.4)	25 (47.2)	53 (100.0)
	university	6 (6.1)	3 (3.1)	3 (3.1)	4 (4.1)	13 (13.3)	69 (70.4)	98 (100.0)
	above graduate school	2 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	5 (100.0)
	Total	10 (6.4)	10 (6.4)	11 (7.1)	11 (7.1)	20 (12.8)	94 (60.3)	156 (100.0)
Family income	under 2million	0 (0.0)	3 (20.0)	1 (6.7)	0 (0.0)	3 (20.0)	8 (53.3)	15 (100.0)
	under 2.5million	3 (12.0)	3 (12.0)	3 (12.0)	0 (0.0)	5 (20.0)	11 (44.0)	25 (100.0)
	under 3million	0 (0.0)	2 (6.3)	2 (6.3)	8 (25.0)	3 (9.4)	17 (53.1)	32 (100.0)
	under 3.5million	5 (17.9)	0 (0.0)	2 (7.1)	3 (10.7)	1 (3.6)	17 (60.7)	28 (100.0)
	above 3.5million	2 (3.6)	2 (3.6)	3 (5.4)	0 (0.0)	8 (14.3)	41 (73.2)	56 (100.0)
	Total	10 (6.4)	10 (6.4)	11 (7.1)	11 (7.1)	20 (12.8)	94 (60.3)	156 (100.0)
	short term	7 (14.0)	4 (8.0)	1 (2.0)	4 (8.0)	11 (22.0)	23 (46.0)	50 (100.0)
Consumpti on term	middle	2 (3.3)	4 (6.7)	6 (10.0)	3 (5.0)	4 (6.7)	41 (68.3)	60 (100.0)
	long	1 (2.2)	2 (4.3)	4 (8.7)	4 (8.7)	5 (10.9)	30 (65.2)	46 (100.0)
Total	10 (6.4)	10 (6.4)	11 (7.1)	11 (7.1)	20 (12.8)	94 (60.3)	156 (100.0)	

* p<.05

5) 5%수준에서 유의차가 나타나지 않은 성별(p=.104), 연령(p=.081)은 분석에서 제외하였다.

6. 친환경 농산물의 상품별 구입정도

친환경농산물의 상품별 구입정도를 살펴본 결과를 Table 9에서와 같이 전량구입비율이 높은 것은 장류 9.0%와 주곡류 8.3%로 다른 품목에 비해 상대적으로 높았으며, 구입하지 않는 비율도 상대적으로 작은 것을 볼 수 있다. 이는 대체적으로 저장기간이 길고 보관이 용이한 친환경농산물을 선호하는 것이라 생각할 수 있고 식생활에서 중요한 기초재료로서의 친환경 농산물을 선호하는 것으로 볼 수 있다.

과일, 채소, 축산물은 구입량이 상대적으로 적은 것으로 나타났으며 이는 과일과 채소는 계절에 따라 생산되어 적기에 공급하기에 어려운 문제점이 있기 때문인 것으로 생각해 볼 수 있다.

7. 친환경 농산물 가격에 대한 평가

소비자가 생각하는 친환경 농산물 가격에 대한 평가는 Table 10에서와 같이 성별, 연령, 학력, 소득수준, 소비기간의 변수와 χ^2 분석결과 $p > .05$ 로 분석되어 집단간 분포 차이는 없는 것을 확인할 수 있었다. 그러나 예측빈도와 실제빈도와의 차이를 집단간에 살펴보는 χ^2 는 집단간에 따른 분포상의 차이가 없다는 것만을 확인 하는 것일뿐 전체적인 경향을 살펴보는 것에는 무리가 없다.

친환경농산물에 대한 가격평가를 보면 일반농산물에 비해 비싸다 59%, 적정하다 34.6%, 일반

농산물에 비해 약간 싸다 6.4%로 분석되어 친환경농산물에 대한 가격평가는 비싸다가 약간 많으나 대체적으로 적정하다는 평가가 41%로 분석되었다. 그러나 약간 비싸다는 응답을 고려할 경우 79.8%가 친환경 농산물 가격에 큰 부담을 느끼지 않는 것을 볼 수 있었다. 이는 친환경농산물 소비확대에 가격요인이 큰 요인이 아니라는 것을 시사하고 있다.

8. 외국 농산물 구입의사

외국 농산물 구입의사와 소득수준, 소비기간과의 관련을 살펴보면 Table 11에서와 같이 각 하위 집단에 따라 집단간 차이가 있었다. 소득수준의 하위집단을 살펴보면 국내산 친환경 농산물만 구입하겠다는 의사가 대부분인 것으로 분석되었다. 그러나 소득수준이 200만원 미만인 집단과 250- 300만원 집단이 비교적 높았고, 가격이 비슷하면 국내 농산물을 구입하겠다는 의사도 많은 부분을 차지하고 있는 것을 볼 수 있다. 그러나 이와 같은 의사는 대체적으로 국내산 친환경 농산물을 구입하겠다는 의사를 반영한 것이나 친환경 농산물의 가격이 외국산에 비해 상대적으로 높을 경우 외국산 농산물로의 이탈이 급속히 일어날 수 있는 가능성을 보여 주는 것이다.

따라서 이와 같은 이탈을 최소화하고 외국산 농산물에 대한 가격경쟁력을 확보하기 위해서는

Table 9. The buying level of environmently friendly agricultural products

Variables	N(%)					
	Main grain	Miscellaneous	Fruit	Vegetables	Soy sauce	Stock farm products
Total buying	13(8.3)	8(5.1)	2(1.3)	4(2.6)	14(9.0)	6(3.8)
Most buying	19(12.2)	14(9.0)	10(6.4)	6(3.8)	39(25.0)	13(8.3)
Half buying	43(27.6)	30(19.2)	41(26.3)	33(21.2)	23(14.7)	15(9.6)
Small buying	38(24.4)	47(30.1)	52(33.3)	57(36.5)	39(25.0)	55(35.3)
No buying	43(27.6)	57(36.5)	51(32.7)	56(35.9)	41(26.3)	67(42.9)

Table 10. The price evaluation of environment friendly agricultural products.

		N(%)				
Most expensive	Expensive	Common	Cheap	Total		
33 (21.2)	59 (37.8)	54 (34.6)	10 (6.4)	156	(100)	

친환경 농산물의 공급확대에 따른 가격경쟁력의 확보가 중요하다는 것을 시사하고 있다.

9. 친환경 농산물의 질적 차이 비교

친환경 농산물의 질적 차이의 인식정도를 보면 Table 12.에서와 같이 연령, 학력, 소득수준,

소비기간과 관련없이 차이가 있다가 88.5%이며, 차이가 없다는 1.9%, 잘 모르겠다는 9.6% 수준으로 대체적으로 친환경 농산물의 질적 차이를 인정하고 있는 것을 확인 할 수 있었다.

그러나 성별의 하위집단을 분석한 결과를 보면 남성은 여성보다 친환경농산물의 질적 차이에

Table 11. The buying mind of foreign agricultural products⁶⁾

					N(%)	
Variables	Buying of home agricultural products	Buying of low price reductions	Buying of home agricultural products if price similar	Total		
Family income	under 2 million	13(86.7)	2(13.3)	0 (0.0)	15(100.0)	
	under 2.5million	16(64.0)	0(0.0)	9(36.0)	25(100.0)	
	under 3million	26(81.3)	2(6.3)	4(12.5)	32(100.0)	
	under 3.5million	17(60.7)	0(0.0)	11(39.3)	28(100.0)	
	above 3.5million	41(73.2)	4(7.1)	11(19.6)	56(100.0)	
Total	113(72.4)	8(5.1)	35(22.4)	156(100.0)	$\chi^2=17.31^*$	
Consumption term	short term	36(72.0)	1(2.0)	13(26.0)		50(100.0)
	middle	37(61.7)	5(8.3)	18(30.0)		60(100.0)
	long	40(87.0)	2(4.3)	4(8.7)		46(100.0)
Total	113(72.4)	8(5.1)	35(22.4)	156(100.0)		$\chi^2=10.19^*$

* p<.05

Table 12. The qualitative difference of environment friendly agricultural products.⁷⁾

					N(%)
Variables	Difference	Non-difference	Do not know	Total	
Gender	male	9(60.0)	0(0.0)	6(40.0)	15(100.0)
	female	129(91.5)	3(2.1)	9(6.4)	141(100.0)
Total	138(88.5)	3(1.9)	15(9.6)	156(100.0)	$\chi^2=17.77^{**}$

*** p<.01

6) 5%수준에서 유의차가 나타나지 않은 연령(p=.825), 학력(p=.642), 소득수준(p=.305), 소비기간(p=.286)은 분석에서 제외하였다.

7) 5%수준에서 유의차가 나타나지 않은 성별(p=.941), 연령(p=.780), 학력(p=.159)은 분석에서 제외하였다.

대한 이해가 낮은 것을 볼 수 있다. 이는 가정 내 식품소비는 여성과 관련이 높으며, 그에 따라 친환경농산물에 대한 관심이 높은 결과라고 생각된다. 그러나 친환경농산물의 지속적인 확대를 유도하기 위해서는 남성에 대한 친환경농산물에 대한 이해를 높일 수 있는 방안이 중요하다.

10. 친환경 농산물 품질에 대한 만족도

친환경농산물의 품질에 대한 소비자의 만족정도를 분석한 결과를 보면 Fig. 1과 같다. 영양가, 안전성, 맛에 대한 소비자의 만족 정도는 5점 만점에서 각 4.63, 4.66, 4.26으로 비교적 높은 수준인 것으로 분석되었다. 이는 친환경농산물에 대한 소비자의 특성이 식품의 안전성에 초점을 맞추고 있는 것에서 이유를 찾을 수 있다. 그러나 색깔, 맛, 크기의 만족정도는 3.74, 3.67, 3.51로 분석되어 외형적인 부분에 대한 만족정도는 상대적으로 낮은 것을 확인할 수 있었다. 이와 같은 이유는 아직도 소비자들은 관행농법으로 생산된 농산물의 외형적인 측면을 친환경농산물과 비교하고 있는 것이라고 할 수 있다. 그러나 친환경농산물은 관행농법에서 생산된 농산물처럼 외형적인 모습을 갖추기는 어려움을 안고 있다. 따라서 이와 같은 외형적인 측면을 보완하기 위해서는 친환경농산물에 대한 이해도를 높이기 위한 소비자 교육활동이 활성화되어야 할 것이다.

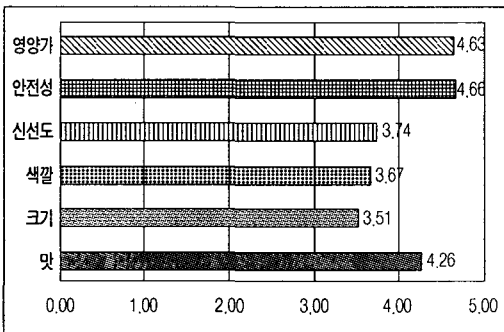


Fig. 1. The quality satisfaction of environmentally friendly agricultural products.⁸⁾

11. 친환경농업 발전을 위한 선행조건에 대한 의견

친환경농업발전을 위한 선행조건을 살펴본 결과 Table 13과 같았다. 성별, 학력, 연령, 소득수준, 소비기간의 하위집단과 분포상의 차이는 확인할 수 없었다. 그러나 친환경농업 발전을 위한 선행조건으로 중요하게 생각하는 것은 소비자들의 의식전환이 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 정부기관의 관심과 보조도 중요한 요인으로 나타났다.

Table 13. The condition precedent for environment friendly agriculture.

	N(%)		
Reform of producer conscious	Reform of consumer conscious	Government concern and support	Total
31(19.9)	73(46.8)	52(33.3)	156(100)

12. 소비 촉진을 위한 소비자의 요구

친환경농산물을 소비촉진을 위한 소비자의 요구를 보면 Table 14와 같았다. 30대와 40대는 직거래 확대를 중요하게 생각하고 있다. 그러나 40대는 환경에 대한 소비자의 이해가 중요하다고 인식하고 있는 반면 30대와 20대는 구매 장소의 용이성을 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났으며, 소비자 단체 활성화 및 홍보확대 또한 중요한 요인으로 작용하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이는 연령층에 따른 소비자 요구를 반영한 것으로 20대와 30대는 보다 친환경농산물에 대한 용이한 접근성을 요구하고 있는 것이다. 반면 40대의 연령층은 비교적 생활협동조합의 참여가 오래된 사람들로서 접근용이성이나 다른 요인보다 환경에 대한 소비자의 의식의 변화가 결국 중요한 요인으로 판단하고 있는 것으로 나타났다.

8) 품질의 기준으로 맛, 크기, 색깔, 신선도, 안전성, 영양가의 기준으로 분석하였다.
 9) 품질의 기준으로 맛, 크기, 색깔, 신선도, 안전성, 영양가의 기준으로 분석하였다.

Table 14. The consumer needs for increase of consumption

Variables	Expand of direct deal	Activation of consumer organization	Make easy of buying place	Reform of consumer			Price reductions	Etc	Total
				conscious about environment	Confidence increase of quality certify				
Age	20's	0 (0.0)	0 (0.0)	2(100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2(100.0)
	30's	29(27.1)	17(15.9)	28(26.2)	20(18.7)	6(5.6)	5(4.7)	2(1.9)	107(100.0)
	40's	14(33.3)	4(9.5)	1(2.4)	15(35.7)	5(11.9)	1(2.4)	2(4.8)	42(100.0)
	50's	0(0.0)	2(40.0)	1(20.0)	0(0.0)	1(20.0)	1(20.0)		5(100.0)
Total	43(27.6)	23(14.7)	32(20.5)	35(22.4)	12(7.7)	7(4.5)	4(2.6)	156(100.0)	$\chi^2=32.95^*$
Consumption term	short term	17(34.0)	6(12.0)	12(24.0)	11(22.0)	4(8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	middle	15(25.0)	13(21.7)	6(10.0)	11(18.3)	4(6.7)	7(11.7)	4(6.7)	60(100.0)
	long	11(23.9)	4(8.7)	14(30.4)	13(28.3)	4(8.7)	0(0.0)	0 (0.0)	46(100.0)
Total	43(27.6)	23(14.7)	32(20.5)	35(22.4)	12(7.7)	7(4.5)	4(2.6)	156(100.0)	$\chi^2=29.09^{**}$

V. 결론 및 제언

본 연구를 통하여 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

(1) 친환경농산물에 대한 이해도에 대한 분석 결과, 총점 10점 만점에서 6.37점으로 나타났다. 이해도는 친환경농산물에 관심을 갖고 생활협동조합에 참여한 기간과 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났으며 집단별로는 성별 차이는 없으나 연령별, 학력별, 소득수준별 차이가 있는 것으로 나타났다.

(2) 친환경농산물 구분방법에 대한 결과, 품질 인증 표시에 대한 강한 신뢰를 보였으며 여성이 남성보다 친환경 농산물을 선택함에 외부요인(인증마크, 브랜드 등)에 대하여 민감하게 작용하고 있고 소비자의 주된 계층이 여성이라는 점을 감안한다면 친환경 농산물에 대한 인증제에 대한 홍보 및 활성화가 중요한 요인으로 작용할 것이다. 친환경 농산물 소비기간이 길어질수록 소비

자단체를 통한 친환경 농산물 구입이 중요하게 작용하고 있으며, 친환경농산물 소비 단체를 통한 지속적인 소비 방향이 중요한 요인인 것으로 나타났다.

(3) 친환경농산물 구입동기에 대한 결과, 가족에 대한 건강을 위하여 친환경 농산물을 구입하는 것으로 나타났으며, 남·여간에 구입동기에 차이를 보였으나 학력과 소득수준, 소비기간에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

(4) 친환경농산물 소비규모에 대한 결과, 총식료품비의 50%이상 94명(60.3%), 총식료품비의 30%-50% 소비가 20명(12.8%)으로 구매비율이 높았다. 집단 간에는 학력과 소득수준에 따른 차이가 있는 것으로 나타났다.

(5) 친환경농산물 선호품목과 상품별 구입량에 관한 응답결과, 축산물 구입정도가 가장 높은 것으로 분석되었으나 품목 비율별 구입은 주곡과 장류의 구입이 많은 것으로 나타났다.

(6) 친환경농산물의 가격에 대한 응답결과, 약간 비싸거나 적정한 것으로 분석되었고 개인별

집단간 차이는 없는 것으로 나타났다.

(7) 외국의 농산물 구입에 대한 분석결과, 국내산 친환경농산물을 구입한다는 응답이 많아 수입 개방이 되어도 대응이 될 것으로 분석되었다.

(8) 친환경농산물의 질적 차이에 대한 분석결과, 친환경농산물이 일반농산물보다 우수한 것으로 분석되었고, 남성보다는 여성이 차이점을 많이 느끼는 것으로 나타났다. 연령별, 학력별, 소득수준별 차이는 없는 것으로 나타났다.

(9) 친환경농산물 품질에 대한 만족도 분석결과, 식품으로서의 안전성과 영양가 등 외부적 요인에 신뢰를 하는 반면 외형적 모습에는 만족한 수준을 보이지 않은 것으로 나타났다.

(10) 친환경농업 발전을 위한 선행조건에 대한 결과, 소비자들의 의식전환이 가장 중요한 것으로 분석되었다. 연령별, 학력별, 소득수준별, 소비기간별 친환경농업의 발전을 위한 선행조건은 차이가 없는 것으로 나타났다.

(11) 친환경농산물의 소비촉진을 위한 분석결과, 직거래확대, 환경에 대한 소비자 의식변화, 구매장소의 용이성, 소비자단체 활성화 및 홍보 확대 순이었으며 성별, 연령별, 학력별, 소득수준에는 친환경농산물 소비촉진을 위한 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다.

친환경농산물의 생산과 소비 활성화를 위한 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째 생산자와 소비자의 조직화가 강구되어야 할 것이다. 친환경농산물은 소비자가 생산자의 신뢰를 바탕으로 이루어지기 때문에 이러한 신뢰를 형성하기 위한 생산자와 소비자의 신뢰증진을 위한 조직화와 생산자-소비자 네트워크 형성을 위한 각종 프로그램이 운영되어야 할 것이다.

둘째, 친환경농업발전을 위한 소비자들의 의식전환이 중요하며 이를 위한 친환경농업관련 다양한 소비자 교육프로그램이 진행되어야 한다.

셋째 친환경농업의 공공적 기능에 대한 지속적인 홍보와 교육이 필요하다. 친환경농산물의 이용이 단지 가족의 건강차원이 아닌 지속가능한 발전의 중요한 측면임을 이해하도록 하는 활동이 필요하다.

네째 친환경농산물에 대한 공공기관의 적극적

인 소비활동을 강화하여 안정적인 친환경농산물을 지속적으로 제공할 수 있는 안정적인 생산기반을 확충하여야 할 것이다.

다섯째, 친환경농산물에 대한 소비자들의 구매패턴에 부응하는 생산기술체계가 확립되어야 할 것이다. 특히 외형적인 품질에 대한 생산기술개발이 소비를 활성화시키는데 중요한 기술요인이 될 것이다.

여섯째 외국농산물로의 소비 이탈을 최소화하고 외국산 농산물에 대한 가격경쟁력을 확보하기 위한 노력과 품질경쟁력 면에서 외국의 친환경농산물 개방에 대비하기 위한 외국산 농산물에 대해서도 국내 농산물과 같이 친환경농산물에 대한 품질인증제도 등 각종 준비활동이 필요하다.

참고문헌

- 김명환, 오세익, 김태영(1998) 농산물 품질인증제도와 안전성 조사 제도의 발전방향. 한국농촌경제연구원원.
- 김백준(2000) 마을 공동체의 생태 친화적 재구성 과정에 관한 연구(문당리 마을 공동체의 사례를 중심으로) 고려대학교 대학원. 석사학위논문.
- 김상범(2000) 친환경농산물의 품질인증 제도를 통한 신뢰성 제고 방안. 한국농어민신문. 2000. 11. 7.
- 김영민(2001) 퍼머컬처원리를 적용한 농촌마을의 환경계획(충남홍성군문당리를 중심으로) 서울대학교 환경대학원. 석사학위논문.
- 김은순(1999) 환경농업정책의 평가와 발전방향. 한국농촌경제연구원.
- 김종숙(1996) 소비자생활협동조합의 농산물 구매 행태에 관한연구. 한국농촌경제연구원.
- 김진영(2001) 환경농업의 지속성을 위한 유기농산물 유통방식에 관한 연구(직거래방식과 간접거래방식을 중심으로) 단국대학교. 석사학위논문.
- 김창길(2002) 지속 가능한 농업 발전전략. 한국농촌경제연구원.
- 김창길(3003) 친환경농축산업 육성정책의 평가와 발전방향. 한국농촌경제연구원.
- 김태균(1993) 유기농업 선호 모형개발과 생산자 선호 분석. 농업경제연구 34, 137-150
- 김호(1995) 환경보전형 농업 육성정책의 현황과 전개방향. 한국농촌경제연구원.
- 농림부(2000) 친환경 농산물 품질 관리 요령 개정.
- 농어연소식(1999) 코덱스 유기식품기준과 우리나라 환경농산물 품질관리제도.
- 농촌진흥청(2001) 친환경농업 기술의 실천.
- 박준근(1997) 지역농업구조의 특성과 발전전략(전남 지역농업사례) 한국농촌경제연구원.

- 박현태(2002) 친환경농산물의 소비촉진을 위한 유통 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.
- 박현태(1999) 친환경농산물의 유통개선방향. 한국농촌경제연구원.
- 배정환(1999) 환경농업 생산조직의 지속가능성에 관한 연구(충남 홍성군 문산부락 환경농업 생산조직을 사례로) 서울대학교 환경대학원. 석사학위논문.
- 서종혁(1992) 유기농산물의 생산 및 유통실태와 장기발전방향. 한국농촌경제연구원.
- 이규천(1999) 환경보전농업을 위한 직접지불제. 농촌경제 22(1), 102~111
- 이승복(1998) 환경보전형 농업종사자의 영농의식 및 실태에 대한 연구. 공주대학교. 석사학위논문.
- 플무소비자협동조합(2002) 「물류센터 준공식」자료.
- _____ (1999) 「제1차 조합원정기총회」자료.
- _____ (2000) 「제2차 조합원정기총회」자료.
- _____ (2001) 「제3차 조합원정기총회」자료.
- _____ (2002) 「제4차 조합원정기총회」자료.
- _____ (2003) 품목등록일람표.
- _____ (2000) 친환경농업 육성계획.
- 허승욱(2003) 지속가능한 환경농업정책의 기본 방향. 한국유기농업학회지11(3), 37~53