

소비자의 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범, 태도와 육류 소비행동의 인과관계에 관한 연구

강종헌* · 정항진
순천대학교 조리과학과

A Study on the Causal Relationships among Consumer's Affective Belief, Environmental Belief, Subjective Norm, Attitude and Meat Consumption Behavior

Jong-Heon Kang*, Hang-Jin Jeong

Dept. of Cooking Science, Suncheon National University

Abstract

The purpose of this study was to measure the causal relationships among affective belief, environmental belief, subjective norm, attitude and meat consumption behavior. A total of 318 questionnaires were completed. Structural equation model was used to measure the causal relationships among the constructs. Results of the study demonstrated that the structural analysis result for the data also indicated excellent model fit. The effects of affective belief, environmental belief and subjective norm on attitude were statistically significant. The effects of affective belief, environmental belief and subjective norm on meat consumption were statistically significant. As expected, attitude had a significant effects on behavioral intention. Moreover, attitude played a mediating role in the relationship between affective belief and meat consumption, environmental belief and meat consumption, subjective norm and meat consumption. Consumption played a mediating role in the relationship between attitude and behavioral intention. In conclusion, based on structural analysis, a model was proposed of interrelations among affective belief, environmental belief, subjective norm, attitude, meat consumption and intention. It should be noted that the original model was modified and should, preferably, be validated in future research. Other variables may be incorporated to form models that consist of new antecedent and consequence pairs.

Key Words : affective belief, environmental belief, subjective norm, attitude, meat consumption frequency, intention to increase meat consumption

1. 서 론

계획행동이론은 행동의도와 음식 선택 행동을 예측하기 위하여 음식 분야에서 폭넓게 사용되어 왔다(Dean 등 2006). 이 모형에 따르면 행동은 행동 수행에 대한 개인의 태도, 행동을 수행하도록 하는 지각된 사회적 압력, 행동 수행에 대해 느끼는 통제수준 등의 변수들과 함수관계에 있는 행동의도로부터 나타난다(Ajzen 1991). 많은 분야에서 계획행동이론의 성공적인 적용에도 불구하고 대부분의 연구에서 사용된 도출 절차들은 아젠(Ajzen)의 최초 방법에 바탕을 두었고, 감정적인 요인들이 모형에 포함되지 않고 간과되어 왔다(Dean 등 2006). 보건 행동(health behavior)과 태도의 연구에선 감정적 태도가 보건 행동을 보다 잘 예측해 주는 변수로 나타나기도 하였다(Ajzen & Timko 1986).

또한 육류에 대한 신념들 중 동물의 배설물이 강을 오염시키는 것과 같은 환경문제를 일으키게 될 것이라고 믿는 육류 생산에 대한 부정적인 환경적 신념은 육류 섭취량을 줄일 수도 있고, 전혀 육류 소비가 이루어지지 않는 결과를 초래할 수도 있다. 육류 섭취자, 육류 기피자, 채식주의자와 완전채식주의자로부터 육류 위주의 식사, 채식 위주의 식사, 완전채식 위주의 식사를 하는 것에 대한 신념들 중 가장 두드러진 신념이 어떠한 것들인지를 조사했던(Povey 등 2001)의 연구에서도 육류 기피자들이나 완전채식주의자들은 육류 위주의 식사를 기피하는 신념들 중 하나가 환경적 신념이었다.

지금까지 육류 소비행동과 관련된 연구들로 맛과 건강이 육류 섭취에 미치는 영향을 분석했던 연구(Kenyon & Barker 1998)가 있었다. 신념과 육류 섭취 또는 소비의 관계를 분석했던 연구들로는 건강에 대한 신념, 동물을 죽

* Corresponding author : Jong Heon Kang, Department of Cooking Science, Suncheon National University, 315 Maegok-dong, Suncheon, Jeonnam 540-742, Korea
Tel: 82-61-750-3694 HP: 016-632-0439 Fax: 82-61-750-5444 E-mail: astckjh@hanmail.net

이는 것에 대한 도덕적 신념과 사회적 규범이 육류 섭취에 미치는 영향을 분석했던 연구(Santos & Booth 1996), 가족과 친구로부터 영향을 받는 것과 같이 사회적 규범이 육류 섭취에 미치는 영향을 분석했던 연구(Lea & Worsley 2001), 환경적 신념이 육류 섭취에 미치는 영향을 분석했던 연구(Beardsworth & Keil 1991), 그리고 행동적 신념이 태도에 미치는 영향과 행동적 신념, 주관적 규범과 태도가 소비에 미치는 영향을 분석했던 연구(Berndsen & Pligt 2004)가 있었다. 그러나 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범, 태도, 소비의도, 소비 등의 구성개념들 간 인과관계를 구성방정식모형에 의해 분석한 연구는 미흡하여, 육류 소비에 미치는 감정적 신념, 환경적 신념 등의 소비자들의 행동적 신념의 직·간접적인 효과를 육류 판매 마케터들에게 제시해 주지 못했기 때문에, 어떠한 신념이 육류 섭취 태도와 소비행동에 영향을 미치는지, 신념과 소비행동 간의 관계를 육류 섭취 태도가 매개하는지에 관한 연구가 필요하다.

따라서 본 연구는 육류 판매 마케터들이 소비자들의 신념을 충족시킬 수 있는 육류 상품 개발이나 마케팅 전략을 수립하는데 도움을 줄 수 있는 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범, 태도, 소비의도와 소비의 인과효과를 분석하는데 궁극적인 목적을 두었다. 이를 위해 본 연구는 구조방정식모형을 사용하여 태도에 미치는 감정적 신념, 환경적 신념과 주관적 규범의 영향, 소비에 미치는 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범과 태도의 영향, 소비의도에 미치는 주관적 규범과 태도의 영향, 감정적 신념과 환경적 신념이 태도를 통하여 소비에 미치는 간접효과, 주관적 규범이 태도와 소비의도를 통하여 소비에 미치는 간접효과, 그리고 주관적 규범이 태도를 통하여 소비의도에 미치는 간접효과를 분석하고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사 대상

설문조사는 사전에 설문지에 관한 교육을 받은 10명의 대학생들로 구성된 설문조사자들이 전남지역에 거주하고 있는 성인남녀 350명에게 설문조사 배경을 설명하고 설문지를 배포하여 설문에 응답하도록 하는 방식으로 2007년 6월 2일부터 6월 15일까지 설문을 조사하였다. 최초 설문조사에 참여한 350명의 응답자들 중 부정확하게 응답한 설문지를 제외하고 318명(90.9%)의 설문지만 분석에 사용되었다.

2. 조사내용

본 연구는 조사대상자의 인구 통계적 특징에 관한 내용과 구조방정식모형을 구성하고 하고 있는 6가지 개념들에 관한 내용으로 설문지를 구성되었다. 첫 번째 부분은 조사

대상자의 인구 통계적 특징을 알아내기 위한 부분이었다. 이 부분은 성별, 연령, 그리고 응답자들의 BMI를 알아보기 위하여 키와 몸무게에 관한 질문으로 구성되었고, 성별은 명목척도로 측정되었으나, 연령, 키와 몸무게는 비율척도로 측정되었다. 두 번째 부분은 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범, 태도와 육류 소비행동을 알아내기 위한 부분이었다. 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범, 태도 등의 구성개념 측정문항들은 각각의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 리커트 척도로 측정되었다.

감정적 신념은 육류 안전성이나 섭취한 것에 대해 감정적으로 마음이 편하지 않은 정도를 의미하는 것으로, Sutherland 등(1998)의 연구와 Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항들은 육류 소비에 대한 죄의식을 느끼는지, 육류 섭취를 부끄럽게 생각하는지 등의 2문항으로 측정되었다.

환경적 신념은 동물 배설물과 같은 것들이 강을 오염시키는 등의 환경문제를 야기 시키는 정도를 의미하는 것으로, Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항들은 육류 생산이 환경을 해치는지, 동물 배설물 처리 문제를 야기 시키는지, 배설물의 질산염이 양식하는 물고기의 품질을 떨어뜨리는지 등의 3문항이었다.

주관적 규범은 Fishbein & Ajzen(1975)의 모형을 구성하고 있는 요소들 중 하나로 다른 사람들로 부터 행동을 하도록 하거나 못하게 하도록 하는 지각된 사회압력을 의미하는 것으로, Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항은 나에게 중요한 사람들이 육류 섭취가 필요하다고 생각하고 있는지의 문항이었다.

태도는 육류 섭취에 대해 긍정적인 태도를 취하는 정도를 의미하는 것으로, Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항들은 육류 섭취를 좋게 생각하는지, 육류 섭취를 유쾌하게 생각하는지, 육류 섭취를 찬성하는지, 육류 섭취를 호의적으로 생각하는지, 육류 섭취를 긍정적으로 생각하는지 등의 5문항이었다.

육류 소비행동은 소비와 소비의도로 구분하여 조사하였다. 소비의도는 육류를 소비하고자 하는 의도를 의미하는 것으로, Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항은 육류 소비를 늘리고자 했었는지를 묻는 문항이었다. 소비의도는 Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 구분한 것처럼 현재보다 덜 소비, 현재와 같이 소비, 현재보다 더 소비 등의 범주로 구분하였다.

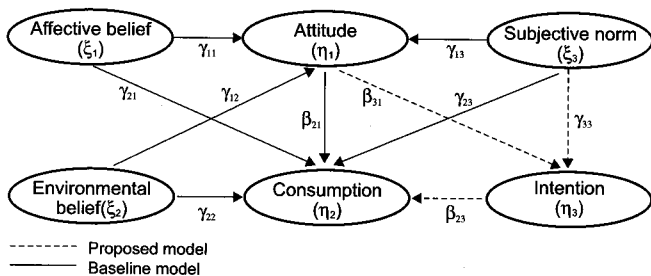
소비는 육류 섭취 빈도를 의미하는 것으로, Berndsen

& Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항은 최근에 얼마나 자주 육류를 섭취하는지를 묻는 문항이었다. 소비는 Mahon 등(2006)과 Olsen 등(2005)의 연구를 참고하여 2개월에 1번 이하, 1개월에 1-2번, 1개월에 3-4번, 1주일에 1-3번, 1주일에 4-7번 등의 범주로 구분하였다.

3. 연구모형

본 연구의 모형은 Olsen(2003), Hansen 등(2004), George(2004), Olsen 등(2005)과 Lam & Hsu(2006)의 연구모형들을 참고하여 <Figure 1>과 같은 6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형으로 설정되었다. 구조방정식모형은 3개 외생개념과 3개 내생개념들 간 인과관계를 파악하기 위하여 $\eta = \Gamma \cdot \xi + B \cdot \eta + \zeta$ 와 같이 수리모형으로 설정되었다. 구조방정식모형은 감정적 신념과 태도의 경로, 환경적 신념과 태도의 경로, 주관적 규범과 태도의 경로, 감정적 신념과 소비의 경로, 환경적 신념과 소비의 경로, 주관적 규범과 소비의 경로, 태도와 소비의 경로, 주관적 규범과 소비의도의 경로, 태도와 소비의도의 경로, 그리고 소비와 소비의도의 경로로 구성되어 있다.

본 연구는 10개의 경로들 중 소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범과 태도의 경로들과 소비에 영향을 미치는 소비의도의 경로를 제한했던 기본모형과 제한하지 않은 제안모형을 비교하여 어떠한 모형이 더 우수한지를 파악하고, 우수한 모형을 바탕으로 구성개념들 간 인과관계를 분석해 보고자 하였다. 본 연구에서 기본모형은 태도와 양면가치가 소비의도에 미치는 영향을 분석했던 Berndsen & Pligt(2004)의 연구를 참고하여 설정되었고, 제안모형은 주관적 규범과 태도가 행동의도에 미치는 영향을 분석하였던 Lam & Hsu(2006)의 연구를 참고하여 설정되었다.



<Figure 1> Research model

4. 분석방법

조사대상자들의 인구통계적 특징을 파악하기 위하여 빈도분석이 이용하였고, 구성개념들의 평균을 파악하기 위하여 기술통계분석이 이용되었다. 또한 분석에 사용된 변수들의 상관관계를 파악하기 위하여 상관관계분석 방법이 이용되었다. 구성개념들의 타당성과 신뢰성을 파악하기 위하여 확인요인분석과 혼합신뢰도가 이용되었다. 소비의도에

영향을 미치는 주관적 규범과 태도의 경로들과 소비에 영향을 미치는 소비의도의 경로를 제한했던 기본모형과 제한하지 않았던 제안모형의 비교와 구성개념들 간 인과관계를 파악하기 위하여 구조방정식모형 분석이 이용되었다. 빈도분석과 기술통계분석은 SPSS 15.0을 이용하였고, 상관관계분석, 확인요인분석과 구조방정식모형 분석은 LISREL 8.72를 이용하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특징

<Table 1>에 의하면 조사대상자는 남성은 160명(50.3%)이었고, 여성은 158명(49.7%)이었다. 조사대상자들 중에 연령이 20대 이하인 응답자가 88명(27.7%)으로 가장 많았고, 50대 이상인 응답자가 75명(23.6%)으로 가장 적었다. 성별과 육류 소비의 관계를 분석했던 Worsley & Skrzypiec(1998)의 연구와 Yoon & Woo (1999)의 연구에선 육류 소비는 남녀 간 차이를 보이는 것으로 나타났다. 키에서 169 cm 이상인 응답자가 176명(55.3%)으로 가장 많았고, 180 cm 이상인 응답자가 26명(8.2%)으로 가장 적었다. 몸무게에서 50-59 kg의 응답자가 99명(31.1%)으로 가장 많았고, 90 kg 이상인 응답자가 5명(1.6%)으로 가장 적었다. BMI는 평균이 22.405이었다.

<Table 1> Respondents' general characteristics

| Characteristics | n | % | |
|-----------------|----------------|---------------|------|
| Gender | Male | 160 | 50.3 |
| | Female | 158 | 49.7 |
| Age | 29 yrs or less | 88 | 27.7 |
| | 30-39 yrs | 77 | 51.9 |
| | 40-49 yrs | 78 | 24.5 |
| | 50 yrs or more | 75 | 23.6 |
| Height | 169 cm or less | 176 | 55.3 |
| | 170-179 cm | 115 | 36.2 |
| | 180 cm or more | 26 | 8.2 |
| | Weight | 49 kg or less | 36 |
| 50-59 kg | | 99 | 31.1 |
| 60-69 kg | | 68 | 21.4 |
| 70-79 kg | | 83 | 26.1 |
| 80-89 kg | | 27 | 8.5 |
| 90 kg or more | | 5 | 1.6 |
| BMI | 22.405 ± 2.825 | | |

2. 구성개념들의 타당성과 신뢰성

구조방정식모형에 사용된 3개 요인들의 요인적재량, 혼합신뢰도와 평균분산 추출값을 분석한 결과는 <Table 2>에서 제시되었다. 본 연구는 감정적 신념, 환경적 신념, 태도 등의 구성개념에 대한 타당성을 파악하기 위하여 확인요인분석을 시행하였다.

측정모형에서 개별 경로들의 통계적 유의성에 대해 분석

<Table 2> Factor loadings, composite reliability and AVE of 3 factors used in the model

| Constructs and indicators | Standardized loadings | t | Composite reliability | AVE |
|---|-----------------------|-----------|-----------------------|-------|
| Affective belief | | | 0.612 | 0.441 |
| I shame about eating meat. | 0.665 | 8.960*** | | |
| I feel guilty about meat consumption. | 0.663 | 8.943*** | | |
| Environmental belief | | | 0.569 | 0.310 |
| Production of meat is harmless for the environment. | 0.665 | 9.609*** | | |
| Nitrates from manure attacks the quality of fish stock. | 0.497 | 7.327*** | | |
| Production of meat causes manure problems. | 0.492 | 7.267*** | | |
| Attitude | | | 0.862 | 0.557 |
| I am favorable to eating meat. | 0.809 | 16.445*** | | |
| I am positive about eating meat. | 0.791 | 15.906*** | | |
| I am for (against) eating meat. | 0.724 | 13.987*** | | |
| I feel that eating meat is good. | 0.703 | 13.243*** | | |
| I feel that eating meat is pleasant. | 0.696 | 13.537*** | | |

*** p<0.001, t>3.291. AVE: Average Variance Extracted

한 결과에 의하면 감정적 신념과 2개 측정도구들 간 경로 계수는 0.663과 0.665로 나타났다. 환경적 신념과 3개 측정도구들 간 경로계수는 0.492부터 0.665까지로 나타났다. 태도와 5개 측정도구들 간 경로계수는 0.696부터 0.809까지로 나타났다. 이러한 모든 구성개념들과 측정도구들 간 경로계수들은 통계적으로 유의하게 나타났기 (p<0.001) 때문에 집중타당성이 입증되었다(Yuksel & Yuksel 2007).

구조방정식모형에 사용된 6개 요인들의 상관관계와 평균분산 추출값 제공근을 분석한 결과는 <Table 3>에서 제시되었다. 태도는 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범 등의 구성개념과의 상관관계에서 각각 -0.375, -0.296, 0.279의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하였다. 소비는 환경적 신념, 주관적 규범, 태도 등의 구성개념과의 상관관계에서 각각 -0.345, 0.255, 0.434의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하였다. 소비의도는 주관적 규범, 태도, 소비 등의 구성개념과의 상관관계에서 각각 0.149, 0.227, 0.023의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하였다. 그러나 소비는 감정적 신념과의 상관관계에서 -0.079의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하지 않았다. 모든 상관관계 계수들은 평균분산추출 값 제공근보다 높게 나타나지 않았기 때문에 판별타당성도 입증되었음을 알 수 있

<Table 3> Correlation and square root average variance extracted of 6 factors used in the model

| | Mean ± SD | ξ ₁ | ξ ₂ | ξ ₃ | η ₁ | η ₂ | η ₃ |
|----------------|---------------|-----------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------|
| ξ ₁ | 2.285 ± 0.924 | 0.664 | | | | | |
| ξ ₂ | 3.094 ± 0.805 | 0.510*** (6.212) ¹⁾ | 0.557 | | | | |
| ξ ₃ | 3.028 ± 0.993 | -0.047 (-0.649) | -0.038 (-0.524) | 1.000 | | | |
| η ₁ | 3.453 ± 0.736 | -0.375*** (-5.297) | -0.296*** (-4.010) | 0.279*** (4.953) | 0.746 | | |
| η ₂ | 3.157 ± 1.115 | -0.079 (-1.102) | -0.345*** (-5.179) | 0.255*** (4.859) | 0.434*** (8.674) | 1.000 | |
| η ₃ | 1.830 ± 0.564 | -0.211*** (-3.035) | -0.130 (-1.826) | 0.149** (2.721) | 0.227*** (3.929) | 0.023*** (0.401) | 1.000 |

** p<0.01, t>2.576; *** p<0.001, t>3.291. ¹⁾t value. Square root average variance extracted on the diagonal.

다(Rai 등 2002).

한편 구성개념들의 혼합신뢰도에 대한 분석결과에 의하면 신뢰도는 감정적 신념이 0.612, 환경적 신념이 0.569, 태도가 0.862로 나타났다. 모든 구성개념들의 신뢰도는 일반적인 추천 기준(0.7)보다 높게 나타나지는 않았지만, Nunnally(1967)가 추천한 기준(0.5)보다는 높게 나타났다(Andreassen & Lindestad 1998; Gilbert 등 2004). 이 결과들에 의하면 본 연구에서 사용하고 있는 구성개념들이 충분한 신뢰성을 갖추고 있다고 할 수 있다.

<Table 4>에 의하면 확인요인분석에 사용된 모형은 카이제곱의 값이 87.815이었고, 유의확률이 p<0.01보다 낮게 나타났고, 기초 적합지수(GFI), 비교 적합지수(CFI), 상대 비중심지수(RNI)와 비표준 적합지수(NNFI)의 추정치들은 각각 0.960, 0.980, 0.980, 0.970으로 기준(0.9)보다 높게 나타났다. 또한 근사평균제곱 잔차제곱근(RMSEA)은 0.045로 기준(0.08)보다 낮게 나타났다. 따라서 확인요인분석에 사용된 모형의 전반적인 적합도는 만족할 만한 수준이었다.

3. 구조방정식모형의 적합도 분석

6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형의 적합도를 분석한 결과들은 <Table 4>에서 제시되었다. 소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범과 태도의 경로들과 소비에 영향을 미치는 소비의도의 경로를 제한했던 기본모형은 카이제곱 값이 144.259였고, 유의확률이 p<0.001로 나타났지만, 기초 적합지수가 0.934, 비교 적합지수가 0.953, 상대 비중심지수가 0.953, 비표준 적합지수가 0.938로 나타났고 일반적으로 추천하는 기준인 0.9 이상이었다. 그리고 근사평균제곱 잔차제곱근이 0.067로 나타났고 일반적으로 추천하는 기준인 0.08 이하로 나타났다. 따라서 이와 같이 경로를 제한했던 모형은 전반적인 적합도가 만족할 만한 수준이었다.

한편 소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범과 태도의 경로들과 소비에 영향을 미치는 소비의도의 경로를 제한하지 않았던 제안모형은 카이제곱 값이 123.243이었고, 유의확률이 $p < 0.001$ 로 나타났지만, 기초 적합지수가 0.943, 비교 적합지수가 0.963, 상대 비중심지수가 0.963, 비표준 적합지수가 0.949로 나타났고 일반적으로 추천하는 기준인 0.9 이상이었다. 그리고 근사평균제곱 잔차제곱근이 0.061로 나타났고 일반적으로 추천하는 기준인 0.08 이하로 나타났다. 따라서 이와 같이 3개의 경로들을 제한하지 않은 제안모형의 전반적인 적합도도 만족할 만한 수준이었다. 그러나 기본모형과 제안모형을 비교한 결과에 의하면 두 모형의 카이제곱 값 차이가 21.016으로 나타났고, 통계적으로도 유의하게 나타났기 때문에 소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범, 태도와 소비의 경로들을 제한하지 않은 제안모형이 더 우수한 모형이었고, 이 모형을 구성하고 있는 구성개념들 간 인과관계를 분석하는 것이 더 의미가 있음을 알 수 있다.

<Table 4> Fit measures for structural equation model with 6 constructs

| Fit measures | CFA results | Proposed Model | Baseline Model |
|--------------------|-------------|----------------|----------------|
| χ^2 | 87.815 | 123.243 | 144.259 |
| Degree of freedom | 52 | 57 | 60 |
| Probability | 0.001 | 0.000 | 0.000 |
| $\Delta\chi^2(df)$ | | 21.016(3)*** | |
| GFI | 0.960 | 0.943 | 0.934 |
| RMSEA | 0.045 | 0.061 | 0.067 |
| CFI | 0.980 | 0.963 | 0.953 |
| RNI | 0.980 | 0.963 | 0.953 |
| NNFI | 0.970 | 0.949 | 0.938 |

*** $p < 0.001$, $\Delta\chi^2(3) > 16.27$.

GFI: Goodness of Fit Index, RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation, CFI: Comparative Fit Index, RNI: Relative Noncentrality Index, NNFI: Non-Normed Fit Index.

4. 구조방정식모형의 인과관계 분석

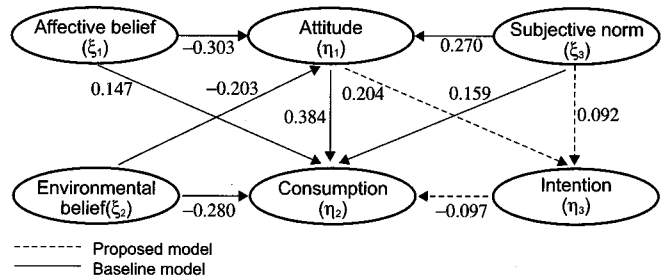
6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형의 구성개념들 간 인과관계에 대한 분석한 결과들로 비표준화 경로계수는 <Table 5>에서 제시되었고, 표준화 경로계수는 <Figure 2>에서 제시되었다. <Table 5>에 의하면 태도에 영향을 미치는 감정적 신념의 경로계수는 -0.338이었고, t값은 -3.794로 나타나 통계적으로 유의하였다($p < 0.001$). 이는 Berndsen & Pligt(2004)의 연구 결과와 유사하였다. 이 결과에 의하면 소비자들이 육류 소비에 대해 죄의식을 느낀다든지, 육류 섭취를 부끄럽게 생각할수록, 소비자들이 육류 섭취를 나쁘게 생각한다거나, 육류 섭취를 불쾌하게 생각한다거나, 육류 섭취를 반대하거나, 육류 섭취를 비호의적으로 생각한다거나, 육류 섭취를 부정적으로 생각하는 등의 육류 섭취에 대한 태도 수준이 낮아진다는 것을 알 수

<Table 5> Path coefficients for structural equation model with 6 constructs

| Path | Coefficient | t | ϕ | R^2 |
|--|-------------|-----------|--------|-------|
| η_1 | | | 0.340 | 0.206 |
| $\eta_1 \leftarrow \xi_1(\gamma_{11})$ | -0.338 | -3.794*** | | |
| $\eta_1 \leftarrow \xi_2(\gamma_{12})$ | -0.177 | -2.588** | | |
| $\eta_1 \leftarrow \xi_3(\gamma_{13})$ | 0.178 | 4.594*** | | |
| η_2 | | | 0.869 | 0.302 |
| $\eta_2 \leftarrow \xi_1(\gamma_{21})$ | 0.280 | 2.181* | | |
| $\eta_2 \leftarrow \xi_2(\gamma_{22})$ | -0.416 | -3.709*** | | |
| $\eta_2 \leftarrow \xi_3(\gamma_{23})$ | 0.179 | 3.046** | | |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_1(\beta_{21})$ | 0.654 | 5.492*** | | |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_3(\beta_{23})$ | -0.192 | -1.913 | | |
| η_3 | | | 0.298 | 0.060 |
| $\eta_3 \leftarrow \xi_3(\gamma_{33})$ | 0.052 | 1.605 | | |
| $\eta_3 \leftarrow \eta_1(\beta_{31})$ | 0.176 | 3.249** | | |

* $p < 0.05$, $t > 1.960$; ** $p < 0.01$, $t > 2.576$;

*** $p < 0.001$, $t > 3.291$.



<Figure 2> Standardized effects for structural equation model with 6 constructs

있다.

태도에 영향을 미치는 환경적 신념의 경로계수는 -0.177이었고, t값은 -2.588로 나타나 통계적으로 유의하였다($p < 0.01$). 이러한 결과에 의하면, 소비자들이 육류 생산이 환경을 해친다고 생각하거나, 육류 생산이 동물 배설물 처리 문제를 야기 시킨다고 생각하거나, 배설물의 질산염이 양식하는 물고기의 품질을 떨어뜨린다고 생각할수록, 소비자들이 육류 섭취를 나쁘게 생각한다거나, 육류 섭취를 불쾌하게 생각한다거나, 육류 섭취를 반대하거나, 육류 섭취를 비호의적으로 생각한다거나, 육류 섭취를 부정적으로 생각하는 등의 육류 섭취에 대한 태도 수준이 낮아진다는 것을 알 수 있다.

태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로계수는 0.178이었고, t값은 4.594로 나타나 통계적으로 유의하였다($p < 0.001$). 이러한 결과에 의하면, 소비자 자신의 육류 섭취를 자신에게 중요한 사람들이 필요한 것이라고 생각하고 있을수록, 소비자들이 육류 섭취를 좋게 생각한다거나, 육류 섭취를 유쾌하게 생각한다거나, 육류 섭취를 찬성하거나, 육류 섭취를 호의적으로 생각한다거나, 육류 섭취를 긍정적으로 생각하는 등의 육류 섭취에 대한 태도 수준이 높아진다는 것을 알 수 있다.

감정적 신념, 환경적 신념과 주관적 규범이 태도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 결과들은 합리적 행동이론(Fishbein & Ajzen 1975)과 계획적 행동이론(Ajzen I 1985)과 같은 태도와 행동의 기대가치 모형(expectancy-value model)을 뒷받침해 주는 결과들이었다.

소비에 영향을 미치는 감정적 신념의 경로계수는 0.280이었고, t값이 2.181로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.05). 이 결과에 의하면 소비자들이 육류 소비에 대해 죄의식을 느낀다든지, 육류 섭취를 부끄럽게 생각할수록, 소비자들이 육류를 자주 섭취하지 않아 소비빈도가 낮아진다는 것을 알 수 있다.

소비에 영향을 미치는 환경적 신념의 경로계수는 -0.416이었고, t값은 -3.709로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.001). 이러한 결과에 의하면 소비자들이 육류 생산이 환경을 해친다고 생각하거나, 육류 생산이 동물 배설물 처리 문제를 야기 시킨다고 생각하거나, 배설물의 질산염이 양식하는 물고기의 품질을 떨어뜨린다고 생각할수록, 소비자들이 육류를 자주 섭취하지 않아 소비빈도가 낮아진다는 것을 알 수 있다.

소비에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로계수는 0.179였고, t값은 3.046으로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.01). 이는 Berndsen & Pligt(2004)의 연구 결과와 유사하였다. 이러한 결과에 의하면, 소비자 자신의 육류 섭취를 자신에게 중요한 사람들이 필요한 것이라고 생각하고 있을수록, 소비자들이 육류를 자주 섭취하여 소비빈도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

소비에 영향을 미치는 태도의 경로계수는 0.654였고, t값은 5.492로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.001). 이는 Berndsen & Pligt(2004)의 연구 결과와 유사하였다. 이러한 결과에 의하면, 소비자들이 육류 섭취를 좋게 생각하거나, 육류 섭취를 유쾌하게 생각하거나, 육류 섭취를 찬성하거나, 육류 섭취를 호의적으로 생각하거나, 육류 섭취를 긍정적으로 생각할수록, 소비자들이 육류를 자주 섭취하여 소비빈도가 높아진다는 것을 알 수 있다. 소비에 영향을 미치는 소비의도의 경로계수는 -0.192였고, t값은 -1.913으로 나타나 통계적으로 유의하지 않았다(p>0.05).

소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로계수는 0.052였고, t값은 1.605로 나타나 통계적으로 유의하지 않았다(p>0.05). 소비의도에 영향을 미치는 태도의 경로계수는 0.176이었고, t값은 3.249로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.01). 이러한 결과에 의하면, 소비자들이 육류 섭취를 좋게 생각하거나, 육류 섭취를 유쾌하게 생각한다거나, 육류 섭취를 찬성하거나, 육류 섭취를 호의적으로 생각하거나, 육류 섭취를 긍정적으로 생각할수록, 소비자들이 앞으로 육류를 더 자주 이용하여 소비의도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

<Table 6> Total effects for structural equation model with 6 constructs

| Path | Covariate | Total | Indirect |
|---|-----------|--------|--------------------------------|
| $\eta_1 \leftarrow \xi_1(\gamma_{11})$ | -0.303 | -0.303 | 0 |
| $\eta_1 \leftarrow \xi_2(\gamma_{12})$ | -0.203 | -0.203 | 0 |
| $\eta_1 \leftarrow \xi_3(\gamma_{13})$ | 0.270 | 0.270 | 0 |
| $\eta_3 \leftarrow \eta_1(\beta_{31})$ | 0.229 | 0.204 | 0 |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_3(\beta_{23})$ | 0.017 | -0.097 | 0 |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_1$ | 0.037 | 0.037 | -0.110(-3.133) ^{1)**} |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_2$ | -0.354 | -0.354 | -0.074(-2.537)* |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \eta_3 \leftarrow \xi_3$ | 0.248 | 0.248 | 0.089(3.200)** |
| $\eta_2 \leftarrow \eta_3 \leftarrow \eta_1$ | 0.417 | 0.364 | -0.020(-1.599) |
| $\eta_3 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_3$ | 0.147 | 0.147 | 0.055(2.723)** |

* p < 0.05, t > 1.960; ** p < 0.01, t > 2.576.

¹⁾ t value.

감정적 신념과의 경로계수, 환경적 신념과의 경로계수, 주관적 규범과의 경로계수, 그리고 잔차(0.340)의 합으로 계산되는 태도에 대한 설명력은 20.6%였다. 감정적 신념과의 경로계수, 환경적 신념과의 경로계수, 주관적 규범과의 경로계수, 태도와의 경로계수, 소비의도와와의 경로계수, 그리고 잔차(0.869)의 합으로 계산되는 소비에 대한 설명력은 30.2%였다. 주관적 규범과의 경로계수, 태도와의 경로계수, 그리고 잔차(0.298)의 합으로 계산되는 소비의도에 대한 설명력은 6.0%였다.

6개 구성개념들로 구성된 육류 소비모형의 구성개념들 간 인과효과를 분석한 <Table 6>에 의하면, 감정적 신념, 환경적 신념과 주관적 규범은 소비에 직접적으로 영향을 미치기도 하지만, 태도를 통하여 소비에 간접적으로 영향(-0.110, -0.074, 0.089)을 미치는 것으로 나타났다. 한편 주관적 규범은 소비의도에 직접적으로 영향을 미치지 않지만, 태도를 통하여 소비에 간접적으로 영향(0.055)을 미치는 것으로 나타났다. 이 결과에 의하면 육류 생산자나 판매자가 육류 소비를 증가시키기 위해 소비자들의 감정적 신념과 환경적 신념을 충족시켜 육류 섭취에 대해 긍정적인 태도를 갖도록 육류 상품 개발이나 마케팅 노력이 필요하다는 것을 알 수 있다.

IV. 결 론

본 연구는 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범, 태도, 소비, 소비의도 등의 구성개념들 간 인과관계를 구조방정식모형을 이용하여 평가하고자 전남지역에 거주하고 있는 성인남녀들로 설문을 조사하였다. 그 분석결과는 다음과 같다.

확인요인분석, 혼합신뢰도, 상관관계계수와 평균분산 추출값에 의해서 구성개념들의 타당성과 신뢰성이 입증되었다. 주관적 신념과 태도가 소비의도에 영향을 미치는 경로들과 소비의도가 소비에 영향을 미치는 경로를 제한했던

기본모형과 제한하지 않은 제안모형을 비교한 결과에 의하면 3개의 경로들을 제한하지 않았던 제안모형이 더 우수모형으로 밝혀졌다. 구성개념들 간 인과관계를 분석한 결과에 의하면, 감정적 신념, 환경적 신념과 주관적 규범이 태도에 미치는 직접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 감정적 신념, 환경적 신념, 주관적 규범과 태도가 소비에 미치는 직접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 그리고 태도가 소비의도에 미치는 직접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 한편 감정적 신념과 환경적 신념이 태도를 통하여 소비에 미치는 간접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 주관적 규범이 태도와 소비의도를 통하여 소비에 미치는 간접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 그리고 주관적 규범이 태도를 통하여 소비의도에 미치는 간접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 그러나 태도가 소비의도를 통하여 소비에 미치는 간접적인 효과는 통계적으로 유의하지 않게 나타났다.

본 연구의 결과들은 소비자들의 감정적 신념과 환경적 신념을 충족시켜 줄 수 있는 상품 개발, 육류 섭취에 대한 긍정적인 태도를 유도할 수 있는 육류 생산이나 육류 상품 개발, 마케팅 커뮤니케이션 등의 마케팅 노력이 필요하다는 것을 육류 생산자나 판매자에게 시사해 주고 있다. 또한 본 연구의 접근방법이 육류 소비를 예측하는데 있어서 태도와 소비의도의 매개역할에 관한 이론을 일반화하는데 도움이 될 수 있음을 시사해 주고 있다. 즉 본 연구의 결과들은 태도, 소비와 소비의도에 직접적으로 영향을 미치는 요인들, 태도와 소비의도를 통하여 소비에 간접적으로 영향을 미치는 요인들, 그리고 태도를 통하여 소비의도에 간접적으로 영향을 미치는 요인을 파악할 수 있는 연구들을 제시하고 있다. 그러나 본 연구는 구조방정식모형에 사용되는 변수가 제한되어 있고, 설문조사 대상지역이 특정지역으로만 한정되어 있는 연구의 한계를 지니고 있다. 따라서 향후 연구에선 본 연구의 결과를 바탕으로 구조방정식모형에 새로운 변수를 추가하거나, 사용된 변수들을 새로운 변수로 대체하는 연구가 행해져야 할 것이고, 또한 본 연구에서와는 다른 조사대상을 이용하여 분석하는 연구가 행해져야 할 것이라 생각한다.

■ 참고문헌

- Ajzen I. 1985. From intentions to actions: A theory of planned behaviour. In Bernden M, Pligt J. 2004. Ambivalence towards meat. *Appetite*, 42: 71-78
- Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Andreassen TW, Lindestad B. 1998. Customer loyalty and complex services. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1): 7-23
- Beardsworth AD, Keil ET. 1991. Health-related beliefs and dietary practices among vegetarians and vegans: A qualitative study. *Health Education Journal*, 50: 38-42
- Bernden M, Pligt J. 2004. Ambivalence towards meat. *Appetite*, 42: 71-78
- Dean M, Arvola A, Vassallo M, Lahteenmaki L, Raats MM, Saba A, Shepherd R. 2006. Comparison of elicitation methods for moral and affective beliefs in the theory of planned behaviour. *Appetite*, 47: 244-252
- Fishbein M, Ajzen J. 1975. Beliefs, attitude, intention, and behavior. In Bernden M, Pligt J. 2004. Ambivalence towards meat. *Appetite*, 42: 71-78
- George JF. 2004. The theory of planned behavior and internet purchasing. *Internet Research*, 14(3): 198-212
- Gilbert GR, Goode MMH, Moutinho L. 2004. Measuring customer satisfaction in the fast food industry: a cross-national approach. *Journal of Services Marketing*, 18(5): 371-383
- Hackman D, Gundergan SP, Wang P, Daniel K. 2006. A service perspective on modelling intentions of on-line purchasing. *Journal of Service Marketing*, 20(7): 459-470
- Hansen T, Jensen JM, Solgaard HS. 2004. Predicting online grocery buying intention. *International Journal of Information Management*, 24: 539-550
- Kenyon PM, Barker ME. 1998. Attitudes towards meat-eating in vegetarian and non-vegetarian teenage girls in England: An ethnographic approach. *Appetite*, 30: 185-198
- Lam T, Hsu CHC. 2006. Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27: 589-599
- Lea E, Worsley A. 2001. Influences on meat consumption in Australia. *Appetite*, 36: 127-136
- Mahon D, Cowan C, McCarthy M. 2006. The role of attitudes, subjective norm, perceived control and habit in the consumption of ready meals and takeaways in Great Britain. *Food Quality and Preference*, 17: 474-481
- Nunnally JC. 1967. *Psychometric theory*. McGraw-Hill, New York. In Andreassen TW, Lindestad B. 1998. Customer loyalty and complex services. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1): 7-23
- Olsen SO. 2003. Understanding the relationship between age and seafood consumption. *Food Quality and Preference*, 14: 199-209
- Olsen SO, Wilcox J, Olsson U. 2005. Consequences of ambivalence on satisfaction and loyalty. *Psychology & Marketing*, 22(3): 247-269
- Pennings JME, Wansink B, Meulenberg MTG. 2001. A note on modeling consumer reactions to a crisis: The case of the mad cow disease. *International Journal of Research in*

- Marketing, 19: 91-100
- Povey R, Wellens B, Conner M. 2001. Attitudes towards following meat, vegetarian and vegan diets: An examination of the role of ambivalence. *Appetite*, 37: 15-26
- Priester JR, Petty RE. 1996. The gradual threshold model of ambivalence: Relating the positive and negative bases of attitudes to subjective ambivalence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71: 431-449
- Rai A, Lang SS, Welker RB. 2002. Assessing the validity of IS success models: an empirical test and theoretical analysis. *Information Systems Research*, 13(1): 50-69
- Santos MLS, Booth DA. 1996. Influences on meat avoidance among British students. *Appetite*, 27: 197-205
- Sutherland HJS, Da Cunha R, Lockwood GA, Till JE. 1998. What attitudes and beliefs underlie patients' decisions about participating in chemotherapy trials. *Medical Decision Making*, 18: 61-69
- Worsley A, Skrzypiec G. 1998 Teenage vegetarianism: prevalence social and cognitive factors. *Appetite*, 30: 151-170
- Yoon GS, Woo JW .1999. The perception and the consumption behavior for the meats in Koreans. *J Korean Soc Food Sci Nutr*, 28(1): 246-256
- Yuksel A, Yuksel F. 2007. Shopping risk perceptions: Effects on tourists' emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions. *Tourism Management*, 28: 703-713

(2007년 8월 7일 접수, 2007년 9월 21일 채택)