

육류에 대한 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도와 육류 소비행동의 인과관계 평가

Assessing the Causal Relationships among Hedonic belief, Ambivalence, Subjective norm, Attitude and Meat Consumption Behavior

강종현* · 정향진
순천대학교 조리과학과

Jong Heon Kang · Hang Jin Jeong
Cooking Science, Sunchon National University

Abstract

The purpose of this study was to assess the causal relationships among hedonic belief, ambivalence, subjective norm, attitude and meat consumption behavior. A total of 318 questionnaires were completed. Structural equation model was used to measure the causal effects of constructs. Results of the study demonstrated that fit of the restricted baseline model is significantly worse than that of the unrestricted proposed model, in which more parameters are estimated. The effects of hedonic belief, ambivalence and subjective norm on attitude were statistically significant. The effects of hedonic belief, subjective norm and attitude on meat consumption were statistically significant. The effect of attitude on intention was statistically significant. Moreover, attitude played a mediating role in the relationships between hedonic belief and meat consumption, between ambivalence and meat consumption, and between subjective norm and intention. This study suggested that the consumer decision-making process for eating meat products is best modeled as a complex system that incorporates both direct and indirect effects on meat consumption. This study believed the evidence presented supports this position. Moreover, this study appeared to be a worthy area of pursuit.

Key Words : hedonic belief, ambivalence, subjective norm, attitude, meat consumption, intention

I. 서론

소비자들은 일반적으로 쾌락성이라 특징 지을 수 있는 동기에 의해 상품을 구매하거나 점포를 방문하게 되고, 결국은 이러한 쾌락적 가치가 재구매를 하고자 하는 행동의 도에도 영향을 미치게 된다(Stoel, Wickliffe & Lee, 2004). 따라서 소비자들이 육류에 대해 어떠한 쾌락적 신념을 가지고 있는냐에 따라 그들의 육류 소비나 행동의도는 영향을 받게 될 것이라 생각할 수 있다. 또한 육류 소비는 소비자들이 육류에 대한 높은 양면가치를 가지고 있을수록 감소하게 된다. 육류에 대한 양면가치란 사람들이 육류에 대해 긍정적인 감정과 부정적인 감정을 동시에 갖는 혼합된 감정(mixed feelings)을 말하는 것으로(Berndsen &

Pligt, 2004), 높은 양면가치를 지니고 있는 사람들은 긍정적인 태도와 부정적인 태도를 모두 갖게 된다(Armitage & Conner, 2000).

최근에 많은 국가들은 쇠고기에 있어서의 광우병, 구제역, 불법 호르몬 등의 육류 위기에 직면해 있다. 이러한 측면들이 소비자들에게 육류 섭취에 대해 양면적 태도를 갖게 한다. 이런 위기들이 있기 이전에도 문헌에는 육류에 대한 양면가치가 이미 보고되었기는 했었다. 그러나 이때의 육류에 대한 양면가치는 육류 이외의 다른 음식 섭취 행동에서와 같이 쾌락과 건강 사이에서 갈등하는 육류 섭취에 대한 양면가치였다(Povey, Wellens & Conner, 2001; Sparks, Conner, James, Sheperd & Povey, 2001). 따라서 육류에 대한 양면가치는 기대했던 것 보다는 그렇게 많이 중요하게 여기지는 않았었다. 또한 36명의 육류 섭취자들

* Corresponding author: Jong Heon Kang
Tel: 061) 750-3694, Fax: 061) 750-3608
E-mail: astckjh@hanmail.net

과 34명의 채식주의자들을 대상으로 한 연구에서도 육류 섭취자들 중 69% 이상이 육류를 소비하려는 양면가치를 지니고 있는 것으로 나타났었고, 채식주의자들 중 4%만이 육류 섭취를 중단하려는 양면가치를 지니고 있는 것으로 나타났었다(Berndsen & Pligt, 2004).

지금까지 이러한 사람들의 양면가치는 태도(Jonas, Diehl & Bromer, 1997), 태도와 행동의도의 관계, 그리고 태도와 행동의 관계 측면에서 연구되어 왔다(Berndsen & Pligt, 2004). 선행연구는 태도의 일시적인 부동성(Bargh, Chaiken, Gower & Pratto, 1992), 태도의 유연성(Bassili, 1996), 정보처리(Bargh et al., 1992) 등의 이슈들에 초점을 두었다. 이 연구들은 양면적인 태도를 지니고 있는 사람들이 덜 부동적인 태도를 보이면서, 더 유연한 태도를 보이고, 보다 더 체계적으로 정보를 처리하는 결과를 가져 오게 된다는 것을 보여 주었다(Berndsen & Pligt, 2004). 특히 육류에 대한 양면가치에 관한 연구로 Sparks et al.(2001)의 연구는 보다 높은 수준의 양면가치가 음식 선택과 관련된 태도와 행동의도의 관계를 약화시킨다는 것을 입증했었다. 이러한 양면가치의 조절효과는 갈등동기(conflicting motives)가 원인으로 행동의도의 예측가능성을 줄이게 된다는 점을 보여주었다(Berndsen & Pligt, 2004).

Povey et al.(2001)도 선택한 식사에 대한 높은 수준의 양면가치가 태도와 행동의도의 관계를 약화시킨다는 유사한 결과를 제시했었다. 또한 이 연구에선 응답자들이 자신의 식사에 대한 긍정적인 태도와 신념을 보였고 자신의 식사와 다른 식사에 대해선 부정적인 태도와 신념을 보이는 것으로 나타났다. 특히 흥미로운 것은 육류 섭취자들이 자신의 식사와 다른 식사에 대한 양면가치보다는 자신의 식사에 대한 양면가치가 더 높게 나타났다는 점이었다. 육류 섭취자들은 한편에선 육류의 맛, 다양성과 영양성을 좋아하기는 하였지만, 다른 한편에선 육류가 살찌게 하고, 건강에 나쁘다고 생각하는 것으로 나타났었다. 이러한 양면가치는 광우병과 구제역으로 인한 최근의 육류에 대한 건강을 걱정하는데서 비롯된 것이라고 볼 수 있다(Berndsen & Pligt, 2004).

육류 소비에 관한 이전 연구들은 육류를 섭취하는 원인들이 맛과 건강 때문이라는 것을 보여 주기도 하였고(Kenyon & Barker, 1998), 가족과 친구의 영향과 같은 사회적 영향 때문이라는 것도 보여 주었다(Lea & Worsley, 2001). 육류를 섭취하지 않는 원인들은 건강에 대한 관심의 영향, 동물을 죽이는 것에 대한 도덕적 관심의 영향과 사회적 영향 때문이라는 것도 보여 주었고(Santos & Booth, 1996), 또한 육류 섭취로 인한 환경 문제와 잔인성에 대한 신념 때문이라는 것도 보여 주었다(Beardsworth

& Keil, 1991). 그리고 육류 섭취에 대한 태도에 미치는 행동적 신념의 영향과 소비에 미치는 행동적 신념, 양면가치, 주관적 규범과 태도의 영향을 제시하기도 하였다(Berndsen & Pligt, 2004).

그러나 육류 섭취에 대한 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도, 소비의도, 소비 등의 구성개념들 간 인과관계를 구조방정식모형을 이용하여 밝히지 못하였다. 가정에서 가족의 육류 소비 형태를 파악하기 위해선 육류 소비에 영향을 미치는 직간접적인 효과를 분석할 필요가 있다. 가정에서 가족의 육류 소비 형태를 분석할 수 있는 육류 소비행동 모형을 개발하여 가족의 육류에 대한 태도, 소비와 소비의도에 직접적으로 영향을 미치는 요인은 어떤 요인지, 태도와 소비의도를 통하여 소비에 간접적으로 영향을 미치는 요인은 어떤 요인인지를 밝히고자 한다.

따라서 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다. 육류에 대한 태도, 육류 소비의도와 육류 소비에 영향을 미치는 직접효과에 대한 연구문제들은 Olsen(2003), George(2004), Olsen, Wilcox & Olsson(2005), Lam & Hsu(2006) 등의 선행연구들을 참고하여 설정하였다. 육류 소비의도와 육류 소비에 영향을 미치는 간접효과에 대한 연구문제들은 Hansen, Jensen & Solgaard(2004)의 연구를 참고하여 설정하였다.

[연구문제 1] 육류 소비행동의 기본모형보다 제안모형의 적합도가 더 우수한가?

[연구문제 2] 육류에 대한 태도에 영향을 미치는 쾌락적 신념, 양면가치와 주관적 규범의 직접효과는 어떠한가?

[연구문제 3] 육류 소비에 영향을 미치는 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도와 육류 소비의도의 직접효과는 어떠한가?

[연구문제 4] 육류 소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범과 태도의 직접효과는 어떠한가?

[연구문제 5] 육류 소비에 영향을 미치는 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범과 태도의 간접효과는 어떠한가?

[연구문제 6] 육류 소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범의 간접효과는 어떠한가?

II. 연구방법

1. 조사 대상

설문은 10명의 대학생들을 인터뷰어로 훈련시킨 후 조사되었다. 이들은 전남지역에 거주하고 있는 성인남녀들에게 설문조사 배경을 설명하고 설문지를 배포하여 설문

에 응답하도록 하는 방식으로 2007년 6월 2일부터 6월 15일까지 설문을 조사하였다. 설문조사에 참여한 여학생들은 350명이었으나 부정확하게 응답한 설문지를 제외하고 318명(90.9%)의 설문지들만 분석에 사용되었다.

2. 조사내용

본 연구의 설문지는 크게 2개 부분으로 구성되었다. 첫 번째 부분은 조사대상자의 일반적인 특징을 알아내기 위한 부분이었다. 이 부분은 성별, 연령, 키와 몸무게에 관한 질문으로 구성되었고, 성별은 명목척도로 측정되었으나, 연령, 키와 몸무게는 비율척도로 측정되었다. 두 번째 부분은 환경적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도와 육류 소비행동을 알아내기 위한 부분이었다. 감정적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도 등의 구성개념 측정문항들은 각각의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 리커트 척도로 측정되었다.

쾌락적 신념은 육류 섭취 욕망의 충족에서 오는 유희하고 즐거운 감정의 정도를 의미하는 것으로, Sutherland, Cunha, Lockwood & Till(1998)과 Berndsen & Pligt(2004)의 연구들에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항들은 육류 맛이 좋다고 생각하는지, 육류 없는 식사가 무미건조할 것이라 생각하는지, 육류로 인해 식사가 다양해 질 것이라 생각하는지 등의 3문항이었다.

양면가치는 어떤 대상, 이슈나 행동에 대해 긍정적으로 생각하면서도 동시에 부정적으로 생각하는 정도를 의미하는 것으로, Priester & Petty(1996)와 Berndsen & Pligt(2004)의 연구들에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항들은 육류 섭취 이슈에 대해 갈등해본 경우가 없었는지, 육류 섭취 이슈에 대해 결단을 내리지 못한 경우가 없었는지, 육류 섭취 이슈에 대해 불분명한 반응을 보인 경우가 없었는지 등의 3문항이었다.

주관적 규범은 Fishbein & Ajzen(1975)의 모형을 구성하고 있는 요소들 중 하나로 다른 사람들로부터 행동을 하도록 하거나 못하게 하도록 하는 지각된 사회 압력을 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 유희하

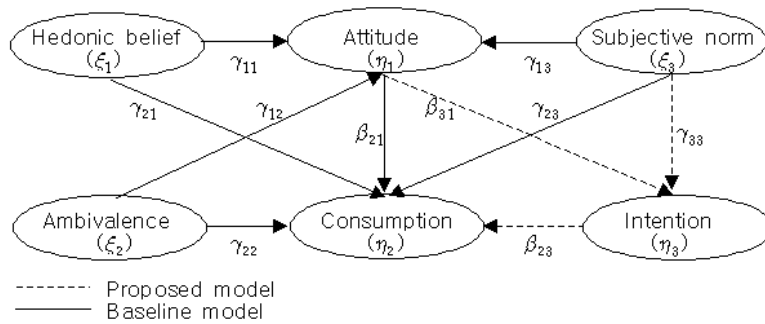
게 생각하는지, 육류 섭취를 찬성하는지, 육류 섭취를 호의적으로 생각하는지, 육류 섭취를 긍정적으로 생각하는지 등의 5문항이었다.

육류 소비행동은 소비의도와 육류 소비로 구분하여 조사하였다. 소비의도는 육류를 소비하고자 하는 의도를 의미하는 것으로, Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항은 앞으로 육류 소비를 늘일 것인지를 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, Cowan & McCarthy(2006)와 Olsen et al.(2005)의 연구들을 참고하여 2개월에 1번 이하, 1개월에 1-2번, 1개월에 3-4번, 1주일에 1-3번, 1주일에 4-7번 등의 범주로 구분하였다.

3. 연구모형

신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도, 소비행동 등의 구성개념들 간의 인과관계를 구조방정식모형을 이용하여 분석했던 연구들로 먼저 태도와 소비 간 인과관계를 분석하기 위한 연구는 생선 섭취에 대한 태도가 소비에 미치는 영향을 분석했던 연구(Olsen, 2003)가 있었다. 주관적 규범, 태도, 행동의도 등의 구성개념들 간 인과관계를 분석하기 위한 연구로는 주관적 규범이 태도에 미치는 영향, 주관적 규범과 태도가 행동의도에 미치는 영향과 주관적 규범이 태도를 통하여 행동의도에 미치는 간접효과를 분석했던 연구(Hansen et al., 2004)가 있었다. 신념, 태도, 구매 등의 구성개념들 간 인과관계를 분석했던 연구로는 신념이 태도에 미치는 영향, 주관적 규범이 구매에 미치는 영향과 태도가 구매에 미치는 영향을 분석했던 연구(George, 2004)가 있었다. 양면가치와 구매빈도 및 구매의도의 인과관계를 분석하기 위한 연구로는 양면가치가 매년 구매빈도, 최근 구매빈도, 구매의도 등의 충성도에 미치는 영향을 분석했던 연구(Olsen et al., 2005)가 있었다. 그리고 신념, 주관적 규범, 태도, 행동의도 등의 구성개념들 간 인과관계를 분석하기 위한 연구로는 신념이 태도에 미치는 영향, 주관적 규범과 태도가 행동의도에 미치는 영향을 분석했던 연구(Lam & Hsu, 2006)가 있었다. 본 연구의 모형은 이 연구들을 참고하여 측정모형과 이론모형을 통합시킨 [Figure 1]과 같은 6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형으로 설정되었다.



[Figure 1] Research model

측정모형은 $x = Ax \cdot \xi + \epsilon_x$ 와 $y = Ay \cdot \eta + \epsilon_y$ 와 같은 수리 모형에 의해 3개 외생개념들과 측정도구들, 그리고 3개 내생개념들과 측정도구들 간의 인과관계를 파악하고자 하였다.

이론모형은 $\eta = \Gamma \cdot \xi + B \cdot \eta + \zeta$ 와 같은 수리모형에 의해 3개 외생개념들과 3개 내생개념들 간 인과관계를 파악하고자 하였다. 따라서 이론모형에서 내생개념들 중 태도의 추정치(η_1)는 쾌락적 신념(ξ_1)과의 경로계수(γ_{11}), 양면가치(ξ_2)과의 경로계수(γ_{12}), 주관적 규범(ξ_3)과의 경로계수(γ_{13}), 그리고 잔차(ζ_1)의 합, 즉 $\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{12}\xi_2 + \gamma_{13}\xi_3 + \zeta_1$ 에 의해 계산되었다. 소비의 추정치(η_2)는 쾌락적 신념(ξ_1)과의 경로계수(γ_{21}), 양면가치(ξ_2)과의 경로계수(γ_{22}), 주관적 규범(ξ_3)과의 경로계수(γ_{23}), 태도(η_1)와의 경로계수(β_{21}), 그리고 잔차(ζ_2)의 합, 즉 $\eta_2 = \gamma_{21}\xi_1 + \gamma_{22}\xi_2 + \gamma_{23}\xi_3 + \beta_{21}\eta_1 + \zeta_2$ 에 의해 계산되었다. 소비의도의 추정치(η_3)는 주관적 규범(ξ_3)과의 경로계수(γ_{33}), 태도(η_1)와의 경로계수(β_{31}), 소비(η_2)와의 경로계수(β_{32}), 그리고 잔차(ζ_3)의 합, 즉 $\eta_3 = \gamma_{33}\xi_3 + \beta_{31}\eta_1 + \beta_{32}\eta_2 + \zeta_3$ 에 의해 계산되었다.

이론모형은 10개 경로들로 구성되어 있다. 본 연구에서 경로들은 쾌락적 신념, 양면가치와 주관적 규범이 태도에 영향을 미치는 경로들, 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범과 태도가 소비에 영향을 미치는 경로들, 주관적 규범, 태도와 소비가 소비의도에 영향을 미치는 경로들이었다. 그리고 본 연구는 10개 경로들 중 주관적 규범과 태도가 소비의도에 영향을 미치는 경로들과 소비의도가 소비에 영향을 미치는 경로를 제한하는 기본모형과 제한하지 않는 제안모형을 개발하고, 이 두 모형을 비교하여 어떠한 모형이 더 우수한지를 파악하고자 하였다.

4. 분석방법

조사대상자들의 인구통계학적 특징은 빈도분석 방법을 이용하여 분석되었다. 연구모형에 사용될 구성개념들의 타당성과 신뢰성은 확인요인분석, 혼합신뢰도와 상관관계 분석이 이용되었다. 기본모형과 제안모형의 비교와 구성개념들의 인과관계는 구조방정식모형의 분석방법을 이용하여 분석되었다. 빈도분석은 SPSS 15.0을 이용하였다. 확인요인분석과 구조방정식모형 분석은 LISREL 8.72를 이용하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특징

<Table 1>에 의하면 조사대상자들 중에서 남성 응답자는 160명(50.3%)이었고, 여성 응답자는 158명(49.7%)이었다. 연령이 20대 이하인 응답자는 88명(27.7%)으로 가장 많았고, 50대 이상인 응답자는 75명(23.6%)으로 가장 적었다. 키가 169 cm 이하인 응답자는 176명(55.3%)으로 가장 많았고, 180 cm 이상인 응답자는 26명(8.2%)으로 가장 적었다. 몸무게가 50-59 kg의 응답자는 99명(31.1%)으로 가장 많았고, 90 kg 이상인 응답자는 5명(1.6%)으로 가장 적었다. BMI는 평균이 22.405였다.

2. 구성개념들의 타당성과 신뢰성

구조방정식모형에 사용된 3개 요인들의 요인적재량, 혼합신뢰도와 평균분산 추출 값을 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 분

<Table 1> Respondent's 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	24.2
	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	11.3
	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	

석한 결과에 의하면 쾌락적 신념과 3개 측정도구들 간 경로계수는 0.545부터 0.622까지로 나타났다. 양면가치와 3개 측정도구들 간 경로계수는 0.732부터 0.852까지로 나타났다. 태도와 5개 측정도구들 간 경로계수는 0.699부터 0.786까지로 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 추출 값 제공근을 분석한 결과는 <Table 3>에서 제시되었다. 태도는 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범 등의 구성개념과의 상관관계에서 각각 0.551, 0.232, 0.281의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하였다. 소비는 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도 등의 구성개념과의 상관관계에서 각각 0.437, 0.143, 0.255, 0.432의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하였다. 소비의도는 주관적 규범, 태도 등의 구성개념과의 상관관계에서 각각 0.149, 0.217의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하였으나 소비와의 상관관계에서 0.023의 상관관계를 보였고 통계적으로 유의하지 않았다. 모든 상관관계 계수들은 평균분산 추출 값 제공근보다 높게 나타나지 않았기 때문에 판별타당성도 입증되었음을 알 수 있다(Rai et al., 2002).

한편 구성개념들의 혼합신뢰도에 대한 분석결과에 의하면 신뢰도는 쾌락적 신념이 0.614, 양면가치가 0.838, 태도가 0.868로 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, Goode & Moutinho, 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 124.746이었고, 유의확률이 $p<0.001$ 보다 낮게 나타났으나, 기초 적합지수(GFI), 비교 적합지수(CFI),

<Table 2> Loadings, reliability and AVE of 3 factors used in the model

Constructs and indicators	Standardized loadings	t	Composite reliability	AVE
Hedonic belief			0.614	0.348
The good taste of meat.	0.622	9.498***		
Food without meat is insipid.	0.598	9.148***		
More variety with meat.	0.545	8.345***		
Ambivalence			0.838	0.634
Towards the issue of eating meat I feel no conflict at all.	0.852	16.783***		
Towards the issue of eating meat I have completely clear reactions.	0.800	15.546***		
Towards the issue of eating meat I feel no indecision at all.	0.732	13.993***		
Attitude			0.868	0.569
I am favorable to eating meat.	0.786	15.927***		
I am positive about eating meat.	0.786	15.935***		
I am for (against) eating meat.	0.764	15.300***		
I feel that eating meat is good.	0.734	14.472***		
I feel that eating meat is pleasant.	0.699	13.546***		

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

<Table 3> Correlation and \sqrt{AVE} of 6 factors used in the model

	Mean±SD	ξ_1	ξ_2	ξ_3	η_1	η_2	η_3
ξ_1	3.350±0.866	0.589					
ξ_2	3.509±0.848	0.118 (1.530)	0.796				
ξ_3	3.028±0.993	0.226** (3.276)	0.108 (1.781)	1.000			
η_1	3.453±0.736	0.551*** (8.925)	0.232*** (3.719)	0.281*** (5.039)	0.755		
η_2	3.157±1.115	0.437*** (7.059)	0.143* (2.393)	0.255*** (4.859)	0.432*** (8.672)	1.000	
η_3	1.830±0.564	0.105 (1.475)	0.060 (0.989)	0.149** (2.721)	0.217*** (3.769)	0.023 (0.401)	1.000

* p<0.05, t>1.960; ** p<0.01, t>2.576; *** p<0.001, t>3.291. ϕ (t value).

\sqrt{AVE} on the diagonal.

상대 비중심지수(RNI)와 비표준 적합지수(NNFI)의 추정치들은 각각 0.946, 0.974, 0.974, 0.963으로 기준(0.9)보다 높게 나타났다. 또한 근사평균제곱 잔차 제공근(RMSEA)은 0.055로 기준(0.08)보다 낮게 나타났다. 따라서 확인요인분석에 사용된 모형의 전반적인 적합도는 만족할만한 수준이었다.

3. 구조방정식모형의 적합도 분석

6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형의 적합도를 분석한 결과는 <Table 4>에서 제시되었다. 주관적 규범, 태도와 소비가 소비의도에 영향을 미치는 경로들을 제한하는 기본모형은 카이제곱의 값이 158.387이었고 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 그러나 이 기본모형은 기초 적합지수가 0.933, 비교 적합지수가 0.962, 상대 비중심지수가 0.962, 비표준 적합지수가 0.953으로 기준치(0.9)보다 높게 나타났고, 근사평균제곱 잔차 제공근도 0.061로 기준치(0.08)보다 낮게 나타났기 때문에 전반적인 적합도는 만족할 만한 수준이었다.

주관적 규범, 태도와 소비가 소비의도에 영향을 미치는 경로들을 제한하지 않는 제안모형은 카이제곱의 값이 139.512였고 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 그러나 이 제안모형은 기초 적합지수가 0.940, 비교 적합지수가 0.969, 상대 비중심지수가 0.969, 비표준 적합지수가 0.960으로 기준치(0.9)보다 높게 나타났고, 근사평균제곱 잔차 제공근도 0.057로 기준치(0.08)보다 낮게 나타났기 때문에 전반적인 적합도는 만족할 만한 수준이었다.

그러나 기본모형과 제안모형을 비교한 결과에 의하면

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

Fit measures	CFA results	Proposed Model	Baseline Model
χ^2	124.746	139.614	158.387
Degree of freedom	65	70	73
Probability	0.000	0.000	0.000
$\Delta\chi^2(df)$		18.773(3)***	
GFI	0.946	0.940	0.933
RMSEA	0.055	0.057	0.061
CFI	0.974	0.969	0.962
RNI	0.974	0.969	0.962
NNFI	0.963	0.960	0.953

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

두 모형의 카이스퀘어 차이값은 18.773이었고 통계적으로 유의하게 나타났기 때문에 주관적 규범, 태도와 소비가 소비의도에 영향을 미치는 경로들을 제한하지 않는 제안모형이 더 우수한 모형이었다는 것을 알 수 있다.

4. 구조방정식모형의 구성개념들 간 인과관계 분석

6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형에서 경로계수들을 분산한 결과는 <Table 5>와 <Figure 2>에서 제시되었다. <Table 5>에 의하면 태도에 영향을 미치는 쾌락적 신념의 경로계수는 0.480이었고, t값은 5.477로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.001). 이 결과는 신념이 태도에 영향을 미친다는 George(2004)와 Lam & Hsu(2006)의

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

Path	Coefficient	t	ψ	R^2
η_1			0.318	0.320
$\eta_1 \leftarrow \xi_1 (\gamma_{11})$	0.480	5.477***		
$\eta_1 \leftarrow \xi_2 (\gamma_{12})$	0.148	2.987**		
$\eta_1 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{13})$	0.139	3.646***		
η_2			0.914	0.243
$\eta_2 \leftarrow \xi_1 (\gamma_{21})$	0.418	3.104**		
$\eta_2 \leftarrow \xi_2 (\gamma_{22})$	0.071	0.953		
$\eta_2 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{23})$	0.173	2.984**		
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 (\beta_{21})$	0.408	3.305***		
$\eta_2 \leftarrow \eta_3 (\beta_{23})$	-0.169	-1.676		
η_3			0.301	0.051
$\eta_3 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{33})$	0.055	1.718		
$\eta_3 \leftarrow \eta_1 (\beta_{31})$	0.152	3.030**		

** p < 0.01, t > 2.576; *** p < 0.001, t > 3.291.

연구결과들을 뒷받침해 주는 것이었다. 이 결과에 의하면 소비자들이 육류 맛이 좋다고 생각한다거나, 육류 없는 식사가 무미건조할 것이라 생각한다거나, 육류로 인해 식사가 다양해 질 것이라 생각할수록, 육류에 대한 호의적인 태도를 가진다는 것을 알 수 있다.

태도에 영향을 미치는 양면가치의 경로계수는 0.148이었고, t값은 2.987로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.01). 이러한 결과에 의하면, 소비자들이 육류 섭취 이슈에 대해 갈등해 본 경우가 없었거나, 육류 섭취 이슈에 대해 결단을 내리지 못한 경우가 없었거나, 육류 섭취 이슈에 대해 불분명한 반응을 보인 경우가 없었을수록, 육류에 대한 호의적인 태도를 가진다는 것을 알 수 있다.

태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로계수는 0.139이었고, t값은 3.646으로 나타나 통계적으로 유의하였다

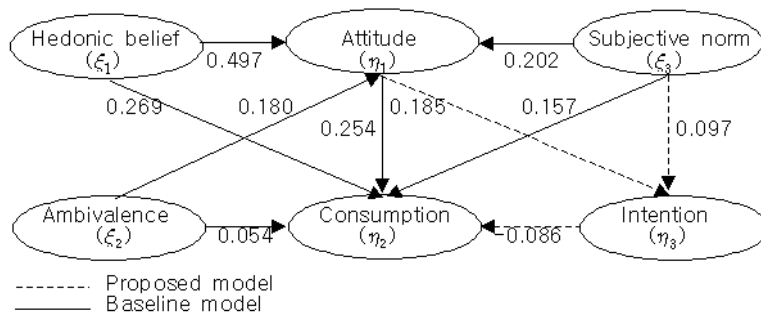
(p<0.001). 이 결과는 주관적 규범이 태도에 영향을 미친다는 Hansen et al.(2004)의 연구결과를 뒷받침해 주는 것이었다. 이러한 결과에 의하면, 소비자 자신의 육류 섭취를 자신에게 중요한 사람들이 필요한 것이라고 생각하고 있을수록, 소비자들이 육류 섭취를 좋게 생각한다거나, 육류에 대한 호의적인 태도를 가진다는 것을 알 수 있다.

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

소비에 영향을 미치는 쾌락적 신념의 경로계수는 0.418이었고, t값은 3.104로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.01). 이 결과는 신념이 구매에 영향을 미친다는 George(2004)의 연구결과를 뒷받침해 주는 것이었다. 이 결과에 의하면 소비자들이 육류 맛이 좋다고 생각한다거나, 육류 없는 식사가 무미건조할 것이라 생각한다거나, 육류로 인해 식사가 다양해 질 것이라 생각할수록, 소비자들이 육류를 자주 섭취하여 소비빈도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

소비에 영향을 미치는 양면가치의 경로계수는 0.071이었고, t값은 0.953으로 나타나 통계적으로 유의하지 않았다(p>0.05). 이 결과는 양면가치가 충성도에 영향을 미친다는 Olsen et al.(2005)의 연구결과와 다르게 나타났다. 이는 충성도에는 영향을 미치더라도, 소비행동에는 영향을 미치지 않을 수 있다는 것을 보여주고 있다. 소비에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로계수는 0.173이었고, t값은 2.984로 나타나 통계적으로 유의하였다(p<0.01). 이 결과는 주관적 규범이 구매에 영향을 미친다는 George(2004)의 연구결과를 뒷받침해 주는 것이었다. 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 0.408이었고,



[Figure 2] Standardized effects for structural equation model with 6 constructs

t값은 3.305로 나타나 통계적으로 유의하였다($p < 0.001$). 이 결과는 태도가 소비에 영향을 미친다는 Olsen(2003)의 연구결과를 뒷받침해 주는 것이었다. 이러한 결과에 의하면, 소비자들이 육류 섭취를 좋게 생각한다거나, 육류 섭취를 유쾌하게 생각한다거나, 육류 섭취를 찬성하거나, 육류 섭취를 호의적으로 생각한다거나, 육류 섭취를 긍정적으로 생각할수록, 소비자들이 육류를 자주 소비하여 소비빈도가 높아진다는 것을 알 수 있다. 소비에 영향을 미치는 소비의도의 경로계수는 -0.169이었고, t값은 -1.676으로 나타나 통계적으로 유의하지 않았다($p > 0.05$).

소비의도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로계수는 0.055였고, t값은 1.718로 나타나 통계적으로 유의하지 않았다($p > 0.05$). 소비의도에 영향을 미치는 태도의 경로계수는 0.152였고, t값은 3.030으로 나타나 통계적으로 유의하였다($p < 0.01$). 이는 Hansen et al.(2004)의 연구와 같은 결과였다. 이러한 결과에 의하면, 소비자들이 육류 섭취를 좋게 생각한다거나, 육류 섭취를 유쾌하게 생각한다거나, 육류 섭취를 찬성하거나, 육류 섭취를 호의적으로 생각한다거나, 육류 섭취를 긍정적으로 생각할수록, 소비자들이 앞으로 육류를 더 자주 소비하여 소비의도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

쾌락적 신념과의 경로계수, 양면가치와의 경로계수, 주관적 규범과의 경로계수, 그리고 잔차(0.318)의 합으로 계산되는 태도의 모형에 대한 설명력은 32.0%였다. 쾌락적 신념과의 경로계수, 양면가치와의 경로계수, 주관적 규범과의 경로계수, 태도와의 경로계수, 소비의도와의 경로계수, 그리고 잔차(0.914)의 합으로 계산되는 소비에 대한 설명력은 24.3%였다. 주관적 규범과의 경로계수, 태도와의 경로계수, 그리고 잔차(0.301)의 합으로 계산되는 소비의도에 대한 설명력은 5.1%였다.

6개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형에서 인과효과를 분석한 <Table 6>에 의하면, 쾌락적 신념과 소비의 관계를 매개하는 태도의 매개효과는 0.118이었고 통계적으로 유의하였다. 양면가치와 소비의 관계를 매개하는 태도의 매개효과는 0.043이었고 통계적으로 유의하였다. 주관적 규범과 소비의 관계를 매개하는 태도와 소비의도의 매개효과는 0.040이었고 통계적으로 유의하지 않았다. 한편 주관적 규범과 소비의도의 관계를 매개하는 태도의 매개효과는 0.037이었고 통계적으로 유의하였다. 이 결과에 의하면 주관적 규범이 태도와 소비의도를 통하여 소비에 간접효과를 미치지 않았지만, 쾌락적 신념과 양면가치는 태도를 통하여 소비에 간접효과를 미친다는 것을 알 수 있다.

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

Path	Covariate	Total	Indirect
$\eta_1 \leftarrow \xi_1 (\gamma_{11})$	0.497	0.497	0
$\eta_1 \leftarrow \xi_2 (\gamma_{12})$	0.180	0.180	0
$\eta_1 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{13})$	0.202	0.202	0
$\eta_3 \leftarrow \eta_1 (\beta_{31})$	0.204	0.185	0
$\eta_2 \leftarrow \eta_3 (\beta_{23})$	0.013	-0.086	0
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_1$	0.387	0.387	0.118 (2.976)**
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_2$	0.097	0.097	0.043 (2.202)*
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 / \eta_3 \leftarrow \xi_3$	0.196	0.196	0.040 (1.888)
$\eta_2 \leftarrow \eta_3 \leftarrow \eta_1$	0.411	0.238	-0.016(-1.436)
$\eta_3 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_3$	0.134	0.134	0.037 (2.367)*

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

() t value.

IV. 결론

본 연구는 가정에서 가족의 육류 소비 형태를 분석하고 육류 소비행동에 영향을 미치는 직간접적인 효과를 이해하기 위하여 태도에 미치는 쾌락적 신념, 양면가치와 주관적 규범의 직접효과, 소비에 미치는 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도와 소비의도의 직접효과, 주관적 규범과 태도가 소비의도에 미치는 직접효과, 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범과 태도가 소비에 미치는 간접효과, 그리고 주관적 규범이 소비의도에 미치는 간접효과를 밝히고자 하였다. 연구목적을 달성하기 위하여 구조방정식모형을 개발하였고, 318명의 응답자들로부터 설문을 조사하여 분석하였다. 분석결과는 다음과 같다.

육류 소비행동모형에 사용된 구성개념은 타당하고 신뢰성이 있는 개념으로 나타났다. 육류 소비행동의 기본모형에 비해 제안모형이 더 우수한 모형으로 나타났기 때문에, 제안모형에서 구성개념들 간 인과관계를 분석하였다. 구조방정식모형 분석결과에 의하면 육류에 대한 태도는 쾌락적 신념, 양면가치와 주관적 규범에 의해 직접적으로 영향을 받는 것으로 나타났다. 육류에 대한 소비는 쾌락적 신념, 주관적 규범과 태도에 의해 직접적으로 영향을 받는 것으로 나타났다. 또한 쾌락적 신념과 양면가치는 육류 소비에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 주관적 규범은 육류 소비의도에

간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과에 의하면 가정에서 가족의 육류 소비에 영향을 미치는 쾌락적 신념이 육류에 대한 태도에 의해 매개되고 있기 때문에 쾌락적 신념을 충족시킴으로써 육류 섭취에 대해 긍정적인 태도가 유도되어 가족의 육류 소비가 증가될 수 있다는 것을 시사해 주고 있다. 그리고 Poverly et al.(2001)의 결과에서와 같이 본 연구에선 양면가치가 육류 소비를 증진시키는데 중요한 역할을 할 수 있다는 것을 시사해 주고 있다. 즉 육류 소비와 관련된 쾌락적 신념에 관하여 더 호의적으로 평가하도록 하면 육류를 소비하는 가족의 양면가치 수준이 낮아지고, 이로 인하여 육류 소비가 높아진다는 것도 알 수 있다.

또한 본 연구의 결과들은 이론적인 측면에서 육류 소비행동이 여러 동기들에 의해 발생하는 태도-행동관계 모형에 양면가치라는 구성개념을 독립된 요인으로 첨가할 수 있음을 보여주었다. 양면가치가 육류 소비에 어떤 변화를 줄 수도 있는 중요한 역할을 할 수도 있다는 점을 감안하면 본 연구의 육류 소비행동모형은 큰 의의가 있을 것이라 생각한다.

그리고 향후 연구는 다른 조사대상과 조사대상지역을 선정하고 더 많은 측정변수들을 이용하여 조사하고 분석하여 본 연구의 결과와 비교할 수 있어야 할 것이라 생각한다. 특히 본 연구에선 쾌락적 신념이 태도와 소비에 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 태도와 소비에 쾌락적 신념 이외의 행동적 신념 변수들도 영향을 미치는지를 분석할 필요가 있다고 생각한다.

주제어 : 쾌락적 신념, 양면가치, 주관적 규범, 태도, 육류 소비, 의도

참 고 문 헌

Andreassen, TW, Lindestad, B (1998) Customer loyalty and complex services. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1), 7-23.

Armitage, CJ, Conner, M (2000) Attitudinal ambivalence: A test of three key hypotheses. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1421-1432.

Bargh, JA, Chaiken, S, Govender, R, Pratto, F (1992) The generality of the automatic attitude activation effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 893-912.

Bassili, JN (1996) Meta-judgmental versus operative indexes of psychological attributes: The case of

measures of attitude strength. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 637-653.

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.

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.

Jonas, K, Diehl, M, Bromer, P (1997) Effects of attitudinal ambivalence on information processing and attitude-intention consistency. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, 190-210.

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.
- Sparks, P, Conner, M, James, R, Sheperd, R, Povey, R (2001) Ambivalence about health-related behaviours: An exploration in the domain of food choice. *British Journal of Health Psychology*, 6, 53-68.
- Stoel, L, Wickliffe, V, Lee, KH (2004) Attribute beliefs and spending as antecedents to shopping value. *Journal of Business Research*, 57, 1067-1073.
- 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.
- Yuksel, A, Yuksel, F (2007) Shopping risk perceptions: Effects on tourists' emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions. *Tourism Management*, 28, 703-713.

(2007. 8. 7 접수; 2008. 12. 15 채택)