

유기농 쇠고기에 대한 신념, 주관적 규범, 도덕 관념과 태도가 소비 의도에 미치는 영향 평가

강종헌* · 정항진
순천대학교 조리과학과

Measuring the Effects of Belief, Subjective Norm, Moral Feeling and Attitude on Intention to Consume Organic Beef

Jong-Heon Kang*, Hang-Jin Jeong
Department of Cooking Science, Suncheon National University

Abstract

The purpose of this study was to assess the causal relationships among belief, subjective norm, moral feeling, attitude, and the intention to consume organic beef. A total of 326 questionnaires were completed by adult in Jeonnam area. Structural equation modeling was used to measure the causal relationships among the constructs. The structural analysis results indicated an excellent model-data fit. The covariance effects of belief and subjective norm, and belief and moral feeling were statistically significant. The effects of belief and moral feeling on attitude and intention to consume were also statistically significant. As expected, attitude had significant effects on intention to consume. Moreover, attitude played a mediating roles in the relationship between belief and intention to consume. Finally, based on structural analysis, a model was proposed for the interrelations among belief, subjective norm and moral feeling towards organic food, attitude and intention to consume. It should be noted that the original organic food consumption model was modified, and should preferably be validated by future research. Other constructs, such as perceived behavior control and consumption, may be incorporated to form models that consist of new antecedent and consequence pairs.

Key Words : Belief, organic beef, subjective norm, moral feeling, structural equation model

1. 서 론

우리나라의 유기농 쇠고기 생산은 2001년 친환경육성법에 유기 축산물 인증 기준을 제정한 후 2005년 최초로 유기 인증 농가가 발생하면서부터 시작되었다. 2007년 2월 53개 농가가 유기 축산물을 생산하고 있다(Kim 등 2007). 여기서 유기 축산물은 합성 화학 물질(항생제, 성장 촉진제 등)이나 유전자 변형 사료로 사육되지 않고, 자연의 법칙과 생태계의 순환 원리에 의해 친환경적으로 사육된 축산물을 말한다. 유기 축산물로 생산되고 있는 유기농 쇠고기(organic beef)가 건강에 좋을 것이라는 믿음과 맛이 더 좋을 것이라는 믿음뿐만 아니라 환경과 동물 복지에 도움이 될 것이라는 믿음은 쇠고기를 구매하게 되는 동기가 된다(Grunert & Juhl 1995; Zanolì & Naspètti 2002; Magnusson 등 2003; Baker 등 2004). 따라서 유기농 쇠고기의 구매는 자신이나 다른 사람들에게 어떤 긍정적인 결과들을 기대함에 의해 이루어진다고 할 수 있다. 또한 어떤

좋은 결과를 기대하는 감정이나 가족의 행복에 대한 책임감이 유기농 쇠고기의 구매와 상관관계가 있다는 것도 선행연구들(Makatouni 2002; Baker 등 2004)을 통해서 알 수 있다. 만약 한 개인이 다른 사람들의 행복이 자신의 행동에 의해 달라질 수 있다는 것을 알고 있거나, 자신이 한 행동이나 그 행동의 결과에 대해 책임을 느끼는 상황이라면, 이 경우는 도덕적으로 결정하는 상황(moral decision situation)이라고 할 수 있다. 물론 모든 소비자들이 자신의 유기농 쇠고기의 구매가 정(+)의 이타적인 결과(unselfish consequence)를 낳을 것이라 믿지 않을 수도 있고, 이타적인 결과에 대한 책임을 느끼지 않을 수 있다. 그렇지만, 어떤 도덕적인 면이 유기농 쇠고기의 구매 결정에 영향을 미칠 것이라고 볼 수 있다(Arvola 등 2007).

유기농법으로 생산된 식품 소비 의도에 영향을 미치는 요인들 간의 인과관계와 관련하여 지금까지 수행되어 온 선행연구들로 Tarkiainen & Sundqvist(2005)의 연구는 태도에 미치는 주관적 규범과 건강 관심의 영향, 유기농 식품 소

*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 Fax: 82-61-750-5444 E-mail: astckjh@hanmail.net

비 의도에 미치는 태도, 가격 중요성과 이용 기능성의 영향, 유기농 식품 소비에 미치는 소비 의도의 영향을 분석하였다. Honkanen 등(2006)의 연구는 태도에 미치는 생태적 동기, 정치적 동기와 종교적 동기의 영향, 유기농 식품 소비 의도에 미치는 태도의 영향을 분석하였다. Saba & Messina(2003)의 연구는 신념이 태도에 미치는 영향, 태도가 유기농 식품 소비 의도에 미치는 영향과 유기농 식품 소비 의도가 소비에 미치는 영향을 분석하였다. Arvola 등(2007)의 연구는 유기농 사과 소비 의도에 미치는 신념, 주관적 규범, 도덕 관념과 태도의 영향에 관한 분석에서 신념과 도덕 관념이 태도를 통하여 소비 의도에 미치는 간접효과를 분석하였다. 그러나 주관적 규범이 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 영향을 태도가 매개하는 효과를 제시하지 못하여 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 주관적 규범의 간접효과를 파악하지 못하였다. 이로 인해 신념, 주관적 규범과 도덕 관념이 유기농 쇠고기 소비 의도에 영향을 미치는 모형에 주관적 규범과 소비 의도의 관계에서 태도의 매개효과가 반영되지 못하는 한계가 있었기 때문에 본 연구의 결과는 유기농 쇠고기 소비 의도 모형을 확대하고 이론화하는데 도움을 제공할 것이라 생각한다.

따라서 본 연구는 구조방정식모형을 개발하고, 신념, 주관적 규범과 도덕 관념의 공분산 효과, 신념이 태도와 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 영향, 주관적 규범이 태도와 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 영향, 도덕 관념이 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 영향, 그리고 신념, 주관적 규범과 도덕 관념이 태도를 통하여 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 간접효과를 분석하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 조사 대상

사전에 설문조사에 대해 교육받은 10명의 대학생들로 구성된 설문조사자들이 전남지역에 거주하고 있는 성인남녀 350명에게 설문조사 배경을 설명하고 설문지를 배포하여 설문문에 응답하도록 하는 방식으로 2007년 12월 1일부터 12월 15일까지 설문을 조사하였다. 최초 설문조사에 참여한 응답자들은 350명이었으나 부정확하게 응답한 설문지를 제외하고 326명(93.1%)의 설문지만 분석에 사용되었다. 설문 응답자는 남성이 164명이었고, 여성이 162명이었다.

2. 조사내용

본 연구는 조사대상자의 인구 통계적 특징에 관한 내용과 구조방정식모형을 구성하고 있는 5개 개념들에 관한 내용으로 설문지를 구성하였다. 첫 번째 부분은 조사대상자의 인구 통계적 특징을 알아내기 위한 부분이었다. 이 부분은 성별, 연령, 키와 몸무게에 관한 질문으로 구성되었고, 성별은 명목척도로 측정되었으나, 연령, 키와 몸무게는 비율척

도로 측정되었다.

두 번째 부분은 신념, 주관적 규범, 도덕 관념, 태도와 소비 의도를 알아내기 위한 부분이었다. 5개 구성개념들을 측정하기 위한 문항들은 각각의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 리커트 척도로 측정되었다.

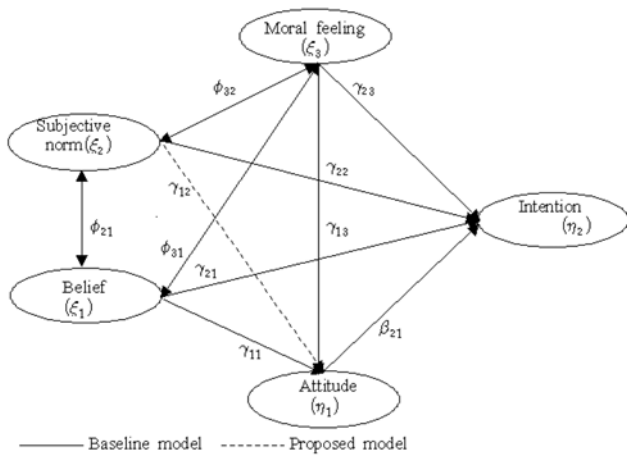
신념은 유기농 식품의 맛이 좋을 것이라고 믿거나 건강에 도움이 될 것이라고 믿는 정도를 의미하는 것으로(Arvola 등 2007), Saba & Messina(2003)의 연구에서 사용했던 설문문항에 의해 측정되었다. 설문문항들은 먼저 믿음을 묻는 문항들로 건강에 좋은 음식인지, 친환경 음식인지, 더 맛있는 음식인지, 더 영양적인 음식인지, 더 많은 돈을 지불해야 하는 음식인지, 시장에서 쉽게 찾을 수 없는 음식인지를 묻는 6문항과 결과 평가(outcome evaluation)를 묻는 문항들로 6문항 각각에 대해 실제 그러한지를 묻는 6문항이었다. 이 측정문항들은 Saba & Messina(2003)의 연구에서와 같이 신념 문항(b)과 결과 평가 문항(e)을 곱한 값($\Sigma b_i \times e_i$)을 분석에 사용되었다.

주관적 규범은 다른 사람으로부터 행동을 하도록 하거나 못하게 하도록 하는 지각된 사회 압력을 의미하는 것으로(Ajzen 1991, Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서 사용했던 설문문항에 의해 측정되었다. 설문문항들은 먼저 규범적 신념(normative belief)을 묻는 문항으로 나에게 중요한 사람들이 내가 유기농 쇠고기를 먹도록 권고하는지를 묻는 1문항과 순응동기(motivation to comply)를 묻는 문항으로 나에게 중요한 사람들이 권고하는 것을 잘 따른다고 생각하는지를 묻는 1문항이었다. 이 측정문항들은 Berndsen & Pligt(2004)의 연구에서와 같이 규범적 신념 문항(NB)과 순응동기 문항(MC)을 곱한 값($\Sigma NB_i \times MC_i$)을 분석에 사용되었다.

도덕 관념은 도덕적으로 건전한 정도를 의미하는 것으로, Arvola 등(2007)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 측정문항들은 유기농 쇠고기 소비가 어떤 것이 더 좋아지는데 기여하는 것인지, 도덕적으로 올바른 것인지와 자신을 더 나은 사람이라는 느낌이 들게 하는지를 묻는 3문항이었다.

태도는 유기농 쇠고기에 대해 긍정적인 태도를 취하는 정도를 의미하는 것으로, Saba & Messina(2003)와 Berndsen & Pligt(2004)의 연구들에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 설문문항들은 유기농 쇠고기 소비를 좋게 생각하는지, 유쾌하게 생각하는지, 찬성하는지, 호의적으로 생각하는지, 긍정적으로 생각하는지를 묻는 5문항이었다.

소비 의도는 소비하고자 하는 의도를 의미하는 것으로, Saba & Messina(2003)의 연구에서 사용했던 설문문항을 이용하여 측정되었다. 유기농 쇠고기를 계속하여 소비하고자 하는 의도를 묻는 1문항이었다. 주관적 규범과 소비 의도는 단일 측정문항으로 측정되었기 때문에 구조방정식모형 분석을 위하여 측정문항에 대한 오차분산을 0으로 설정했다.



<Figure 1> Structural equation model.

<Table 1> Respondent's intention to consume organic beef

Characteristic		Mean±SD	t/F
Gender	Male	2.994±1.025	2.480*
	Female	3.299±1.189	
Age	20 yrs or less	3.456±0.996 ^a	5.136**
	30 yrs	3.190±1.133 ^a	
	40 yrs	3.100±1.143 ^{ab}	
	50 yrs or more	2.792±1.128 ^b	
Education	High or less	2.796±1.183	4.841***
	College or more	3.387±1.008	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.
a>b Duncan's multiple range test.

III. 결과 및 고찰

3. 연구모형

본 연구의 모형은 Saba & Messina(2003)와 Arvola 등(2007)의 연구모형들을 참고하여 <Figure 1>과 같은 5개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형으로 설정되었다. 구조방정식모형은 3개 외생개념과 2개 내생개념들 간 인과관계를 파악하기 위하여 $\eta = \Gamma \cdot \xi + B \cdot \eta + \zeta$ 와 같이 수리모형으로 설정되었다. 구조방정식모형은 신념, 주관적 규범과 도덕 관념의 공분산 경로(ϕ_{21} , ϕ_{31} , ϕ_{32}), 신념과 태도의 경로(γ_{11}), 신념과 소비 의도의 경로(γ_{21}), 주관적 규범과 태도의 경로(γ_{12}), 주관적 규범과 소비 의도의 경로(γ_{22}), 도덕 관념과 태도의 경로(γ_{13}), 도덕 관념과 소비 의도의 경로(γ_{23}), 그리고 태도와 소비 의도의 경로(β_{21})로 구성되어 있다. 본 연구는 이들 10개의 경로들 중 태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로를 제한했던 기본모형과 이 경로를 포함했던 제안모형을 비교하여 어떠한 모형이 더 우수한지를 파악하고, 우수한 모형으로 판명된 모형에서 구성개념들 간 인과관계를 분석해 보고자 하였다.

4. 분석방법

조사대상자들의 인구 통계적 특징을 파악하기 위하여 빈도분석이 이용되었고, 신념, 주관적 규범, 도덕 관념, 태도와 소비 의도의 평균을 파악하기 위하여 기술통계분석이 이용되었다. 또한 구조방정식모형 분석에 사용된 구성개념들의 상관관계를 파악하기 위하여 상관관계분석 방법이 이용되었다. 신념, 도덕 관념, 태도 등의 구성개념의 타당성과 신뢰성을 파악하기 위하여 확인요인분석과 혼합신뢰도가 이용되었다. 태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로를 제한했던 기본모형과 이 경로를 포함했던 제안모형의 비교와 구성개념들 간 인과관계를 파악하기 위하여 구조방정식모형 분석이 이용되었다. 빈도분석과 기술통계분석은 SPSS 15.0을 이용하였고, 상관관계분석, 확인요인분석과 구조방정식모형 분석은 LISREL 8.72를 이용하였다.

1. 조사대상자의 유기농 쇠고기 소비 의도

<Table 1>에 의하면 여성은 남성보다 유기농 쇠고기를 더 소비하고자 하는 것으로 나타났다($t=2.480$, $p<0.05$). 연령에서 20대와 30대는 다른 연령대보다 유기농 쇠고기를 더 소비하고자 하는 것으로 나타났다($F=5.136$, $p<0.01$). 이 결과는 연령이 낮을수록 유기농 쇠고기가 일반 쇠고기에 비해 건강에 좋다는 것을 인식하고 있는데서 비롯된 것으로 보인다. 그리고 학력 수준에서 전문대졸 이상의 학력 수준을 가진 응답자가 고졸 이하의 학력 수준을 가진 응답자보다 유기농 쇠고기를 더 소비하고자 하는 것으로 나타났다($F=4.841$, $p<0.001$).

2. 구성개념들의 타당성과 신뢰성

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

측정모형에서 개별 경로들의 통계적 유의성에 대해 분석한 결과에 의하면 신념과 6개 측정도구들 간 경로계수는 0.396부터 0.722로 나타났다. 도덕 관념과 3개 측정도구들 간 경로계수는 0.732부터 0.856까지로 나타났다. 태도와 5개 측정도구들 간 경로계수는 0.682부터 0.789까지로 나타났다. 또한 이러한 모든 구성개념들과 측정도구들 간 경로계수들은 통계적으로 유의하게 나타나($p<0.001$), 구성개념들의 집중타당성이 입증되었다(Yuksel & Yuksel 2007).

구조방정식모형에 사용된 구성개념들의 상관관계와 신뢰구간을 분석한 결과는 <Table 3>에서 제시되었다. 신념은 주관적 규범, 도덕 관념, 태도와 소비 의도와 상관관계가 통계적으로 유의하였다. 주관적 규범은 도덕 관념과의 상관관계가 통계적으로 유의하지 않았으나, 태도와 소비 의도와 상관관계가 통계적으로 유의하였다. 도덕 관념은 태도와 소비 의도와 상관관계가 통계적으로 유의하였다. 태도는

<Table 2> Loadings and AVE of factor used in the model of intention to consume organic beef

Constructs and indicators	Std. loadings	t	AVE
Belief			0.534
By eating organic beef I get a healthy food.	0.722	12.899***	
By eating organic beef I get a food that is environmentally friendly.	0.556	9.528***	
By eating organic beef I get a food that has a better taste.	0.497	8.357***	
By eating organic beef I get a food that is more nutritious.	0.496	8.345***	
To eat organic beef means to pay more.	0.479	8.040***	
To eat organic beef means to have difficulties in finding them on the market.	0.396	6.452***	
Moral feeling			0.800
To eat organic beef would feel like making a personal contribution to something better.	0.856	17.168***	
To eat organic beef would feel like the morally right thing.	0.806	15.865***	
To eat organic beef would make me feel like a better person.	0.732	14.216***	
Attitude			0.753
To eat organic beef is negative-positive.	0.789	16.257***	
To eat organic beef is unfavourable-favourable.	0.786	16.153***	
To eat organic beef is against-for.	0.762	15.456***	
To eat organic beef is bad-good.	0.740	14.849***	
To eat organic beef is unpleasant-pleasant.	0.682	13.280***	

***p<0.001, t>3.291.

소비 의도와 의 상관관계가 통계적으로 유의하였다. 모든 요인들 간 상관관계의 신뢰구간은 1 이하로 나타났기 때문에 요인들의 판별타당성이 입증되었다는 것을 알 수 있다(Varki 등 2001).

구성개념들의 혼합신뢰도에 대한 분석결과에 의하면 신뢰도는 신념이 0.698, 도덕 관념이 0.841, 그리고 태도가 0.867로 나타났다. 모든 구성개념들의 신뢰도는 일반적인 추천 기준(0.6)보다 높게 나타났기 때문에 구성개념들이 충분한 신뢰성을 갖추고 있다고 할 수 있다(Bagozzi 등 1991).

<Table 4>에 의하면 확인요인분석에 사용된 모형은 카이제곱의 값이 197.977, 자유도가 95였고, 유의확률이 p<0.001보다 낮게 나타났으며, χ^2/df 이 일반적으로 추천하는 기준(3)이하로 나타났다(Bagozzi & Yi 1988). 기초 적합지수(GFI), 비교 적합지수(CFI), 상대 비중심지수(RNI)와 비표준 적합지수(NNFI)의 추정치들은 각각 0.928, 0.966, 0.966, 0.958로 나타났고, 일반적으로 추천하는 기준(0.9)

보다 높게 나타났다(Bagozzi & Yi 1988). 근사평균제곱 잔차 제공근(RMSEA)은 0.058로 나타났고, 일반적으로 추천하는 기준(0.08)보다 낮게 나타났다(Bagozzi & Yi 1988). 따라서 확인요인분석에 사용된 모형의 전반적인 적합도는 만족할만한 수준이었음을 알 수 있다.

3. 구조방정식모형의 적합도 분석

구조방정식모형의 적합도를 분석한 결과들은 <Table 4>에서 제시되었다. 태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로를 제한했던 기본모형은 카이제곱 값이 202.136이었고, 유의확률이 p<0.001로 나타났다. 기초 적합지수(GFI)가 0.926, 비교 적합지수(CFI)가 0.965, 상대 비중심지수(RNI)가 0.965, 비표준 적합지수(NNFI)가 0.957로 나타났다. 그리고 근사평균제곱 잔차 제공근(RMSEA)이 0.060으로 나타났다. 모든 적합지수들은 일반적으로 추천하는 기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 따라서 1개 경로를 제한했

<Table 3> Correlation and composite reliability of factor used in the model of intention to consume organic beef

	Mean±SD	ξ_1	ξ_2	ξ_3	η_1	η_2
ξ_1	10.782±3.404 ¹⁾	0.698	0.421	0.298	0.754	0.563
ξ_2	5.393±1.764	0.299*** (4.937/0.061)	1	0.252	0.200	0.337
ξ_3	3.515±0.850	0.158* (2.268/0.070)	0.112 (1.880/0.059)	0.841	0.345	0.023
η_1	3.452±0.736	0.658*** (13.823/0.048)	0.308*** (5.683/0.054)	0.221*** (3.570/0.062)	0.867	0.530
η_2	3.147±1.119	0.455*** (8.374/0.054)	0.231*** (4.397/0.053)	0.141* (2.382/0.059)	0.432*** (8.783/0.049)	1

*p<0.05, t>1.960; ***p<0.001, t>3.291.

ξ_1 : Belief, ξ_2 : Subjective norm, ξ_3 : Moral feeling, η_1 : Attitude, η_2 : Intention.

$\phi(t/SE)$, $r \pm 2SE$ in the top half. Composite reliability on the diagonal.

¹⁾Likert 5 point scale: 1=strongly disagree, 3=neither agree nor disagree, 5=strongly agree.

<Table 4> Fit measures for structural equation model of intention to consume organic beef

Fit measures	CFA results	Proposed model	Baseline model
χ^2	197.977	197.977	202.136
Degree of freedom	95	95	96
Probability	0.000	0.000	0.000
$\Delta\chi^2 (df)$		4.159(1)***	
GFI	0.928	0.928	0.926
RMSEA	0.058	0.058	0.060
CFI	0.966	0.966	0.965
RNI	0.966	0.966	0.965
NNFI	0.958	0.958	0.957

* $p < 0.05$, $\Delta\chi^2 > 3.84$.

던 기본모형은 전반적인 적합도가 만족할 만한 수준이었음을 알 수 있다.

태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로를 포함시킨 제안모형은 카이제곱 값이 197.977이었고, 유의확률이 $p < 0.001$ 로 나타났다. 기초 적합지수(GFI)가 0.928, 비교 적합지수(CFI)가 0.966, 상대 비중심지수(RNI)가 0.966, 비표준 적합지수(NNFI)가 0.958으로 나타났다. 그리고 근사평균제곱 잔차 제공근(RMSEA)이 0.058로 나타났다. 이러한 모든 적합지수들은 일반적으로 추천하는 기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 따라서 1개 경로를 추가로 포함시킨 제안모형도 전반적인 적합도가 만족할 만한 수준이었음을 알 수 있다. 기본모형과 제안모형을 비교한 결과에 의하면 두 모형의 카이제곱 값 차이가 4.159로 나타났고, 통계적으로도 유의하게 나타났다. 따라서 태도에 영향을 미치는 주관적 규범의 경로를 포함시킨 제안모형이 더 우수한 모형이었고, 이 모형을 구성하고 있는 구성개념들 간 인과관계를 분석하는 것이 더 의미가 있음을 알 수 있다.

4. 구조방정식모형의 인과관계 분석

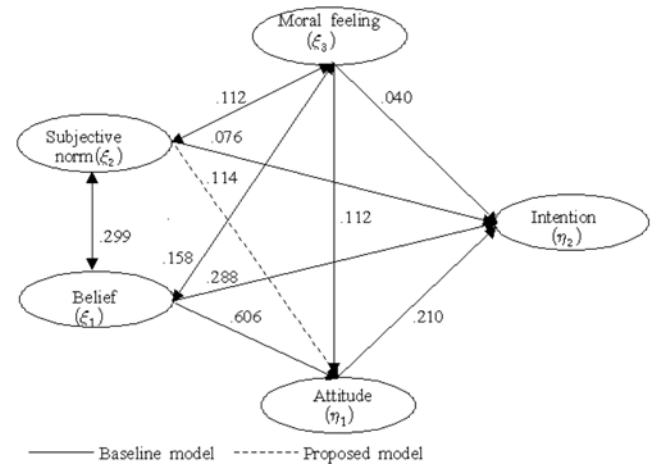
5개 구성개념들로 구성된 구조방정식모형의 구성개념들 간 인과관계에 대해 분석한 결과들은 <Table 5>와 <Figure 2>에서 제시되었다. 외생변수들 간 공분산효과를 분석한 결과에서 신념과 주관적 규범의 공분산효과 경로계수는 2.624, t값은 4.325($p < 0.001$), 신념과 도덕 관심의 공분산효과 경로계수는 0.650, t값은 2.190($p < 0.05$)으로 나타나 통계적으로 유의하였다. 그러나 주관적 규범과 도덕 관심과의 공분산효과는 통계적으로 유의하지 않았다. 신념과 주관적 규범의 공분산효과와 신념과 도덕 관심의 공분산효과는 유기농 사과에 대해 연구했던 Arvola 등(2007)의 연구에서도 통계적으로 유의하게 나타났었다.

외생변수가 내생변수에 미치는 영향을 분석한 결과에서 신념이 태도에 미치는 영향을 미치는 경로계수는 0.086, t값은 7.424($p < 0.001$)로 나타나 통계적으로 유의하였다. 따라서 유기농 쇠고기의 맛이 좋을 것이라고 믿거나 건강에도

<Table 5> Path coefficients for structural equation model of intention to consume organic beef

Path	Coefficient	t	ψ	R ²
$\xi_2 \leftrightarrow \xi_1 (\phi_{21})$	2.624	4.325***		
$\xi_3 \leftrightarrow \xi_1 (\phi_{31})$	0.650	2.190*		
$\xi_3 \leftrightarrow \xi_2 (\phi_{32})$	0.163	1.845		
η_1			0.271	0.459
$\eta_1 \leftarrow \xi_1 (\gamma_{11})$	0.086	7.424***		
$\eta_1 \leftarrow \xi_2 (\gamma_{12})$	0.046	2.083*		
$\eta_1 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{13})$	0.096	1.984*		
η_2			0.946	0.245
$\eta_2 \leftarrow \xi_1 (\gamma_{21})$	0.065	3.134**		
$\eta_2 \leftarrow \xi_2 (\gamma_{22})$	0.048	1.426		
$\eta_2 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{23})$	0.055	0.730*		
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 (\beta_{21})$	0.332	2.487*		

* $p < 0.05$, $t > 1.960$; ** $p < 0.01$, $t > 2.576$; *** $p < 0.001$, $t > 3.291$.



<Figure 2> Standardized effects for structural equation model of intention to consume organic beef.

움이 될 것이라고 믿는 사람들이 유기농 쇠고기에 대해 더 긍정적인 태도를 갖는다는 것을 알 수 있다. Arvola 등(2007)의 연구에서는 유기농 사과에 대한 태도에 미치는 신념의 영향이 통계적으로 유의하였다.

주관적 규범이 태도에 영향을 미치는 경로계수는 0.046, t값은 2.083($p < 0.05$)로 나타나 통계적으로 유의하였다. 따라서 규범적 신념과 순응동기가 높은 사람들이 유기농 쇠고기에 대해 더 긍정적인 태도를 갖는다는 것을 알 수 있다. 이는 합리적 행동이론(Fishbein & Ajzen 1975)과 계획적 행동이론(Ajzen 1985)과 같은 태도와 행동의 기대가치 모형(expectancy-value model), Saba & Messina(2003)의 연구와 Tarkiainen & Sundqvist(2005)의 연구 결과를 뒷받침해 주는 결과들이었다.

도덕 관심이 태도에 영향을 미치는 경로계수는 0.096, t값은 1.984($p < 0.05$)로 나타나 통계적으로 유의하였다. 따라서 도덕적으로 올바른 것이라고 생각하는 사람들이 유기

<Table 6> Total effects for structural equation model of intention to consume organic beef

Path	Covariate	Total	Direct	Indirect
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_1 (\gamma_{21})$	0.455	0.415	0.288	0.127(2.482)*
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_2 (\gamma_{22})$	0.231	0.100	0.076	0.024(1.571)
$\eta_2 \leftarrow \eta_1 \leftarrow \xi_3 (\gamma_{32})$	0.141	0.064	0.040	0.024(1.552)

*p<0.05, t>1.960. () t value.

농 쇠고기에 대해 더 긍정적인 태도를 갖는다는 것을 알 수 있다. Arvola 등(2007)의 연구에서는 유기농 사육에 대한 태도에 미치는 도덕 관념의 영향이 통계적으로 유의하였다.

신념이 소비 의도에 영향을 미치는 경로계수는 0.065, t값은 3.134(p<0.01)로 나타나 통계적으로 유의하였다. 따라서 유기농 쇠고기의 맛이 좋을 것이라고 믿거나 건강에 도움이 될 것이라고 믿는 사람들이 유기농 쇠고기를 소비하고자 하는 의도가 더 높다는 것을 알 수 있다.

주관적 규범과 도덕 관념이 소비 의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서 규범적 신념과 순응동기가 높은 사람이나 도덕적으로 올바른 것이라고 생각하는 사람들의 유기농 쇠고기 소비 의도가 더 높지만은 않다는 것을 알 수 있다.

내생변수들 간의 인과관계에서 태도가 소비 의도에 영향을 미치는 경로계수는 0.332, t값은 2.487(p<0.05)로 나타나 통계적으로 유의하였다. 따라서 유기농 쇠고기에 대한 태도가 긍정적인 사람들이 유기농 쇠고기를 소비하고자 하는 의도가 더 높다는 것을 알 수 있다. 이는 Saba & Messina (2003)의 연구와 Tarkiainen & Sundqvist(2005)의 연구 결과를 뒷받침해 주는 결과들이었다.

신념과의 경로계수, 주관적 규범과의 경로계수, 그리고 도덕 관념과의 경로계수, 그리고 잔차(0.271)의 합으로 계산되는 건강에 대한 설명력은 45.9%였다. 신념과의 경로계수, 주관적 규범과의 경로계수, 그리고 도덕 관념과의 경로계수, 태도와의 경로계수, 그리고 잔차(0.946)의 합으로 계산되는 분위기에 대한 설명력은 24.5%였다.

5개 구성개념들로 구성된 유기농 쇠고기 소비 의도 모형의 구성개념들 간 인과효과를 분석한 <Table 6>에 의하면, 주관적 규범과 도덕 관념은 태도를 통하여 유기농 쇠고기 소비 의도에 간접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 신념은 태도를 통하여 유기농 쇠고기 소비 의도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<0.05). 따라서 유기농 쇠고기에 대한 소비자의 태도가 긍정적이든 부정적이든 간에 상관없이 규범적 신념과 순응동기가 높거나 유기농 쇠고기 소비가 도덕적으로 올바른 것이라고 생각하는 사람들의 유기농 쇠고기 소비 의도가 더 높아진다. 그러나 유기농 쇠고기가 맛과 건강에 더 좋은 음식으로 믿을 수 있더라도 유기농 쇠고기에 대한 소비자의 태도가 긍정적인 경우에만 유기농 쇠고기 소비 의도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

IV. 결 론

본 연구는 신념, 주관적 규범, 도덕 관념, 태도와 유기농 쇠고기 소비 의도의 구성개념들 간 인과관계를 구조방정식 모형을 이용하여 평가하고자 전남지역에 거주하고 있는 성인남녀들로부터 326명의 설문을 조사하였다. 그 분석결과는 다음과 같다.

확인요인분석, 혼합신뢰도와 상관관계계수를 분석한 결과에 의하면, 신념, 도덕 관념과 태도는 구성개념의 타당성과 신뢰성이 입증되는 것으로 나타났다. 주관적 규범이 태도에 영향을 미치는 경로들을 제한했던 기본모형과 이 경로를 포함했던 제안모형을 비교한 결과에 의하면 제안모형이 더 우수한 모형으로 나타났다. 구성개념들 간 인과관계를 분석한 결과에 의하면, 먼저 공분산 효과들 중 신념과 주관적 규범의 공분산 효과와 신념과 도덕 관념의 공분산 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 외생변수들 중 신념과 도덕 관념이 태도와 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 직접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 그러나 주관적 규범은 태도에 미치는 직접적인 효과에서만 통계적으로 유의하게 나타났다. 그리고 태도가 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 직접적인 효과는 통계적으로 유의하게 나타났다. 간접 효과는 신념이 태도를 통하여 유기농 쇠고기 소비 의도에 미치는 간접적인 효과에서만 통계적으로 유의하게 나타났다.

이러한 결과들은 단순히 유기농 쇠고기의 맛이 더 좋거나 건강에 더 도움이 될 것이라고 믿는 소비자나 유기농 쇠고기 소비가 도덕적으로 좋은 것이라고 생각하는 소비자가 유기농 쇠고기를 더 많이 소비하고자 한다는 결과만을 제시하는 것이 아니라, 유기농 쇠고기의 맛이 실제로 더 좋거나 건강에 더 도움이 되어 유기농 쇠고기에 대한 태도가 긍정적일 경우에 유기농 쇠고기를 더 많이 소비하고자 한다는 것을 시사해 주고 있다. 따라서 유기농 쇠고기의 소비를 증가시키기 위해서 마케터들은 유기농 쇠고기의 맛을 좋게 하거나 건강에 도움이 될 수 있는 조리법을 개발하여 유기농 쇠고기에 대해 부정적인 태도를 보이지 않도록 해야 한다는 것을 알 수 있다.

또한 본 연구의 결과들은 태도에 직접적으로 영향을 미치는 요인, 유기농 쇠고기 소비 의도에 직접적으로 영향을 미치는 요인, 그리고 태도를 통하여 유기농 쇠고기 소비 의도에 간접적으로 영향을 미치는 요인을 파악할 수 있는 연구들을 제시하였다. 이것은 미래 연구들에서 유기농 쇠고기 소비 의도나 소비를 예측하는데 있어서 태도의 매개역할에 관한 이론을 일반화하는데 도움이 될 수 있으리라 생각한다. 그러나 본 연구는 구성개념 및 변수 선정과 조사대상 선정에 있어서 구성개념이 5개로만 한정되어 있으며, 또한 조사 지역에 있어서도 전남지역으로 한정되어 있는 등의 연구 한계를 가지고 있다. 향후 연구에선 본 연구의 결과를 바탕으로 구조방정식모형에 지각된 행동통제, 소비 등의 새로운 구

성개념을 추가하거나, 사용된 측정변수들을 새로운 변수로 대체하는 연구가 행해져야 할 것이고, 또한 본 연구에서와는 다른 다양한 계층과 지역을 조사대상으로 하는 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(1):71-78
- Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2):179-211
- Arvola A, Vassallo M, Dean M, Lampila P, Saba A, Lahteenmaki L, Shepherd R. 2007. Predicting intentions to purchase organic food: The role of affective and moral attitudes in the Theory of Planned Behaviour. *Appetite*, 50(2/3):443-454
- Bagozzi RP, Yi Y. 1988. On the evaluation of structural equation model. *Journal of Academy of Marketing Science*, 16(1):74-94
- Bagozzi RP, Yi Y, Phillips LW. 1991. Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3):421-458
- Bernden M, Pligt J. 2004. Ambivalence towards meat. *Appetite*, 42(1):71-78
- Fishbein M, Ajzen J. 1975. Beliefs, attitude, intention, and behavior. In Bernden M, Pligt J. 2004. Ambivalence towards meat. *Appetite*, 42(1):71-78
- Grunert SC, Juhl HJ. 1995. Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of Economic Psychology*, 16(1):39-62
- Honkanen P, Verplanken B, Olsen SO. 2006. Ethical values and motives driving organic food choice. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(5):420-430
- Kim DH, Seong SH, Cho SH, Kwon DJ. 2007. A review of emerging trends and critical aspects in organic livestock product consumption. *J. Anim. Sci. & Technol.*, 49(2):245-256
- Magnusson MK, Arvola A, Koivisto-Hursti JK, Aberg L, Sjoden PO. 2003. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, 40(2):109-117
- Makatouni A. 2002. What motivates consumers to buy organic food in the UK?. *British Food Journal*, 104(3/4/5):345-352
- Olsen SO. 2003. Understanding the relationship between age and seafood consumption: the mediating role of attitude, health involvement and convenience. *Food Quality and Preference*, 14(3):199-209
- Saba A, Messina F. 2003. Attitudes towards organic foods and risk/benefit perception associated with pesticides. *Food Quality and Preference*, 14(8):637-645
- Tarkiainen A, Sundqvist S. 2005. Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11):808-822
- Varki S, Colgate M. 2001. The role of price perceptions in an integrated model of behavioral intentions. *Journal of Service Research*, 3(3):232-240
- Yuksel A, Yuksel F. 2007. Shopping risk perceptions: Effects on tourists' emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions. *Tourism Management*, 28(3):703-713
- Zanoli R, Naspetti S. 2002. Consumer motivations in the purchase of organic food. *British Food Journal*, 104(8):643-653

(2008년 4월 4일 신규논문접수, 2008년 4월 21일 수정논문접수, 2008년 4월 22일 채택)