

# 충북 지역 학부모의 친환경 농산물에 대한 인식이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향

최미경 · 서현창\* · †백승희\*

계명대학교 식품영양학과, \*신구대학 식품영양과

## The Influence of Environment-friendly Agricultural Products(EAPs) Perception of Parents in Chung-buk Area on EAPs Consumption Behavior

Mi Kyung Choi, Hyun Chang Seo\* and †Seung Hee Baek\*

*Dept. of Food & Nutrition, Keimyung University, Daegu 704-701, Korea*

*\*Dept. of Food & Nutrition, Shingu University, Seongnam 462-743, Korea*

### Abstract

The current exploratory study attempted to investigate the influence of environment-friendly agricultural products(EAPs) perception on EAPs consumption behavior. The survey was conducted to parents of elementary school in Chung-buk area by the help of homeroom teachers of each school. Out of 500 questionnaires administered, a total of 305 completed questionnaires were returned, yielding a response rate of 61%. Regarding buying behavior, 89.6% of respondents have ever bought EAPs, among them, 52.9% usually bought in a mart. The reason to buy EAPs was mostly safety(57.6%), nutrition & health(30.4%), and quality(7.0%). The 11 items representing the attitude and knowledge were analyzed, resulting in three distinct dimensions- 'attitude', 'knowledge', and 'concern'. The knowledge level of EAPs was slightly higher than medium. Concerning the influence of EAPs perception on EAPs consumption behavior, the more having high knowledge and attitude level on EAPs, the more lead to the EAPs consumption behavior. This implicit the importance of education to enhance the knowledge level and positive attitude towards EAPs.

Key words: environment-friendly agricultural products(EAPs), perception, consumption behavior, attitude, knowledge.

### 서론

최근 소득 수준이 증가하고 환경에 대한 관심이 높아지면서 식생활에 있어서도 안전성이 높은 친환경 농산물에 대한 선호도가 높아지고, 친환경 농산물 시장도 성장세에 있다(Lockie 등 2004; Padel & Fodter 2005; Gifford & Bernard 2006; Kim SS 2007).

친환경 농산물(Environment-friendly Agricultural Products : EAPs)이란 '환경을 보전하고 소비자에게 보다 안전한 농산물을 공급하기 위해 농약과 화학비료 및 사료첨가제 등 합성 화학물질을 전혀 사용하지 않았거나, 최소량만을 사용하여

생산한 농산물'로 정의될 수 있고, 유기 농산물, 무농약 농산물, 저농약 농산물 등으로 구분된다(친환경인증정보시스템 2010).

소비자들이 친환경 농산물을 이용하는 이유는 건강, 안전, 품질 등 개인적 동기와 환경보전 등 이타적 동기로 나눌 수 있는데(Michaelidou & Hassan 2008), 환경에 대한 고려 등 이타적 동기가 친환경 농산물에 대한 태도에는 영향을 주기도 하였으나(Honkanen 등 2006), 직접적인 구매 결정에 있어서는 건강과 안전 등 개인적 동기가 가장 크게 작용하는 것으로 나타났다(Magnusson 등 2003; Kim SS 2007; Kim 등 2007). 이러한 경향은 학교 급식에서 이용되는 친환경 농산물에 대한 학부모의 인식에서도 나타나, 학생 건강, 급식의 질 향상,

† Corresponding author: Seung Hee Baek, Dept. of Food & Nutrition, Shingu University, 2685 Geumgwang-2-dong, Jungwon-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do 462-743, Korea. Tel: +82-31-740-1571, Fax: +82-31-740-1547, E-mail: moscow@shingu.ac.kr

품질과 안전성 등 개인적 혜택을 친환경 농산물 급식에 대한 주된 찬성 이유로 응답하였다(Lee & Park 2008).

학교 급식은 성장기 아동의 영양관리와 식습관 형성에 중요한 역할을 담당하고 있기에(Bak 등 2005; Oh 등 2005) 학교 급식에서의 친환경 농산물은 학부모들의 중요한 관심사가 되고 있다(Lee & Park 2008). 학교 급식에서의 친환경 농산물 사용으로 인한 효과는 학교 급식 품질 향상을 통한 학생 건강 개선, 공동체 의식 함양과 우리 음식문화 전승 등의 교육 효과, 그리고 친환경 지역 농업의 활성화 등을 들 수 있다(허승욱 2006).

하지만 대전 지역 학부모를 대상으로 한 Lee와 Park(2008)의 연구에서 학부모의 98.2%가 친환경 농산물 급식에 찬성하였으나, 추가 부담금 문제에 대해서는 51.6%의 학부모가 정부에서 지원해야 한다고 응답하여 추가 부담금에 대해서는 적극적인이지 않은 자세를 보였다. 또한 친환경 농산물 사용에 대한 부산지역 초등학교 영양사 대상 조사에서 친환경 농산물 이용의 가장 큰 장벽이 가격인 것으로 나타나(Ryu 등 2004), 친환경 농산물의 학교 급식에서의 확대를 위해서는 정부의 지원과 함께 친환경 식재료에 대한 학부모의 인식 개선이 중요한 것으로 판단된다. 이러한 경제적 부담감은 교육비 특별회계, 지방자치단체 등의 재원 조달을 통해 일부 해결이 되고 있으나, 그 밖에도 친환경 농산물에 대한 신뢰성과 수급의 안정성 확보 등의 과제가 해결되어야 할 것으로 보인다(허승욱 2006).

친환경 농산물과 관련하여서는 소비자의 구매 결정과 관련한 속성들(Heo SW 2004; Kim 등 2007), 친환경 농산물에 대한 추가 지불 의사 분석(Heo & Kim 2004; Kim 등 2006), 친환경 농산물에 대한 소비자 인식 및 구매 행동 조사(An & Kang 2006; Kim 등 2008) 등 소비자들의 행동과 관련되는 요소들에 대한 연구가 다수 이루어졌다. 학교 급식에서 사용되는 친환경 농산물과 관련하여서는 영양사 인식 및 이용 현황에 대한 연구(Ryu 등 2004; Lee 등 2009)가 이루어졌고, 학교 급식에서의 친환경 농산물에 대한 중요성을 인식하고 있는 것으로 나타나기도 하였다. 하지만 학교 급식비의 부담 주체인 학부모들과 관련하여서는 친환경 농산물에 대한 인식과 태도에 대한 연구(Chang & Lee 2008; Lee & Park 2008)가 일부 진행되었을 뿐, 학부모들의 친환경 농산물에 대한 인식과 이용 간의 관련성을 조사한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 학부모들의 친환경 농산물에 대한 이용 현황과 친환경 농산물에 대한 인식이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향을 살펴봄으로써 학교 급식에서 친환경 농산물 사용 확대를 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## 연구방법

### 1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 학부모들의 친환경 농산물에 대한 인식을 조사하기 위한 것이므로 충북 지역에 거주하는 학부모를 대상으로 하여 2009년 4월 10일부터 5월 20일까지 개발된 설문지를 통한 조사를 실시하였다. 청주 지역 거주 학부모에게 250부, 청원·괴산·증평·음성 지역 거주 학부모에게 250부를 배포하여 총 500부를 초등학교의 학급 담임을 통해 학부모에게 전달하였다. 회수된 설문지 중 이용 가능한 305개의 설문지(61% 응답률)를 분석에 이용하였다.

### 2. 조사 내용 및 분석 방법

본 연구에서의 설문지는 친환경 농산물과 관련된 문헌 및 선행 연구 분석(Essoussi & Zahaf 2008; Kim 등 2008; Tsakiridou 등 2008) 및 친환경 농산물 업계 전문가와의 협의를 거쳐 문항을 구성하였다. 친환경 농산물 인식을 조사하기 위한 문항은 지식 및 태도와 관련된 11개 문항으로 구성되었으며, Likert 식 5점 척도를 사용하였다. 친환경 농산물 이용 현황에 대해서는 친환경 농산물 이용 경험, 구입 빈도, 주된 구입처, 이용 이유에 관한 문항으로 구성하였다.

통계분석은 SPSS Ver. 12.0 프로그램을 활용하였으며, 친환경 농산물 인식에 관련된 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하고, Cronbach's  $\alpha$ 를 이용한 신뢰성 검증을 하였다. 도심과 비도심의 지역 구분에 따른 친환경 농산물에 대한 이용 현황 차이는 카이제곱 검증을 이용하였으며, 친환경 농산물에 대한 인식 각 요인별 수준이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향은 로지스틱 회귀분석을 이용하여 분석하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자 일반사항

Table 1은 조사 대상자의 일반사항을 나타낸 것이다. 지역별로는 도심 거주자가 191명(63.0%)으로 비도심 거주자보다 많았고, 성별은 여성이 253명(84.3%)으로 남성(15.7%)보다 많았다. 월평균 가계소득은 400만원 이상이 73명(25.2%)으로 가장 많았고, 200~300만원 미만과 300~400만원 미만인 경우가 각 71명(각 24.5%)이었다. 직업은 주부가 145명(48.8%)으로 절반에 가까웠고, 학력은 대졸이 189명(64.7%)으로 가장 많았다. 연령은 평균 39.0세, 가족 구성원 수는 평균 4.3명, 자녀 수는 평균 2.1명이었다.

### 2. 친환경 농산물 이용 현황

친환경 농산물 이용 현황과 관련하여서는 친환경 농산물을 이용한 경험이 있는 사람이 267명(89.6%)으로 나타났고, 이들을 대상으로 구체적 이용 현황에 대해 조사한 결과를 Table 2에 나타내었다. 구입 빈도에 있어서는 친환경 농산물을 월

Table 1. General characteristics of the subjects

|  | Category      | Frequency(n) | %     | Valid % |
|--|---------------|--------------|-------|---------|
| Area                                       | City          | 191          | 62.6  | 63.0    |
|  | Country       | 112          | 36.7  | 37.0    |
|  | No response   | 2            | 0.6   |         |
| Gender                                     | Male          | 47           | 15.4  | 15.7    |
|  | Female        | 253          | 83.0  | 84.3    |
|  | No response   | 5            | 1.6   |         |
| Age(yrs)                                   | ≤ 35          | 61           | 20.0  | 20.5    |
|  | 36~40         | 152          | 49.8  | 51.0    |
|  | 41~45         | 65           | 21.3  | 21.8    |
|  | ≥ 46          | 20           | 6.6   | 6.7     |
|  | No response   | 7            | 2.3   |         |
| Monthly household income (1,000 won/month) | < 1,000       | 24           | 7.9   | 8.3     |
|  | 1,000~2,000   | 51           | 16.7  | 17.6    |
|  | 2,000~3,000   | 71           | 23.3  | 24.5    |
|  | 3,000~4,000   | 71           | 23.3  | 24.5    |
|  | ≥ 4,000       | 73           | 23.9  | 25.2    |
| Occupation                                 | No response   | 15           | 4.9   |         |
|  | Laborer       | 8            | 2.6   | 2.7     |
|  | Self-employed | 42           | 13.8  | 14.1    |
|  | Office worker | 43           | 14.1  | 14.5    |
|  | Professional  | 35           | 11.5  | 11.8    |
|  | Housewife     | 145          | 47.5  | 48.8    |
|  | Etc.          | 24           | 7.9   | 8.2     |
| Education                                  | No response   | 8            | 2.6   |         |
|  | ≤ 12 years    | 85           | 27.9  | 29.1    |
|  | College       | 189          | 62.0  | 64.7    |
|  | Graduate      | 18           | 5.9   | 6.2     |
| Number of family members                   | No response   | 13           | 4.3   |         |
|  | ≤ 3           | 31           | 10.2  | 10.4    |
|  | 4             | 181          | 59.3  | 60.5    |
|  | ≥ 5           | 87           | 28.5  | 29.1    |
| Number of children                         | No response   | 6            | 2.0   |         |
|  | 1             | 30           | 9.8   | 10.2    |
|  | 2             | 201          | 65.9  | 68.6    |
|  | ≥ 3           | 62           | 20.3  | 21.2    |
| Total                                      | No response   | 12           | 3.9   |         |
|  |               | 305          | 100.0 | 100.0   |

1회~주 1회 미만 구입하는 대상자가 104명(39.1%)으로 가장 많았고, 월 1회 미만과 주 1회~주 3회 미만 이용한다고 응답

한 사람이 각 67명(각 25.2%)이었으며, 주 3회 이상 구입한다고 응답한 경우도 10.5%(28명)나 되었다. 친환경 농산물의 주 구입처는 대형 마트가 52.9%(137명)로 과반수를 차지하였고, 전문 체인점을 이용하는 경우가 27.4%(71명), 생산자 직거래가 9.7%(25명)로 나타났다. 친환경 농산물을 이용하는 주된 이유로는 ‘안전하므로’를 꼽은 대상자가 57.6%(148명)으로 가장 많았고, ‘영양적으로 건강에 도움이 되므로’라는 응답(78명, 30.4%), ‘품질이 우수하므로’라고 응답한 경우(18명, 7.0%)가 그 뒤를 이었다. 반면, ‘환경보호에 도움이 되므로’ 또는 ‘친환경 농산물 생산자를 도울 수 있으므로’ 등의 의견은 13명(5.1%)에 불과했다.

도심과 비도심의 지역 구분에 따른 친환경 농산물에 대한 이용 현황 차이를 교차분석한 결과에서는 친환경 농산물 이용 경험( $p<0.001$ ), 주된 구입처( $p<0.001$ ), 이용 이유( $p<0.05$ )에 있어 유의적 차이가 있는 것으로 나타났는데, 도심 지역(93.1%)이 비도심 지역 응답자(83.5%)에 비해 친환경 농산물 이용 경험이 보다 많음을 알 수 있었다. 도심 지역 응답자의 친환경 농산물 주 구입처로는 대형 마트(51.5%), 전문 체인점(38.6%)이 대부분을 차지하고 있었고, 비도심 지역 응답자의 주된 구입처로는 대형 마트(55.7%)가 가장 많았지만, 생산자 직거래(19.3%), 직접 재배(17.0%)를 통해서도 친환경 농산물을 구입하고 있었다. 친환경 농산물 이용 이유에 대해 각 지역의 응답자 모두 ‘안전하므로’(도심 63.5%, 비도심 46.0%)에 가장 높은 응답비율을 보였으며, 다음으로 ‘영양적으로 건강에 도움이 되므로’(도심 27.6%, 비도심 35.6%)에 높은 응답비율을 보였다.

이와 같은 결과는 국내외에서 이루어진 선행 연구들(Magnusson 등 2003; Kim SS 2007; Kim 등 2007; Chang & Lee 2008)과도 일치하는 결과로, 대부분의 소비자들은 이타적 이유보다는 개인의 건강과 안전을 위해 친환경 농산물을 이용하고 있음을 알 수 있었다.

### 3. 친환경 농산물에 대한 인식

Table 3은 친환경 농산물에 대한 인식 수준과 측정 도구의 타당도와 신뢰도 검증 결과이다. 먼저 타당도 검증을 위한 탐색적 요인분석 결과 태도, 지식, 관심의 3가지 요인이 추출되었고, 총 73%의 분산에 대한 설명력을 가져 도구의 타당도가 검증되었다. 또한 각 요인들에 있어 Cronbach's  $\alpha$  값이 모두 0.8 이상으로 나타나 도구의 신뢰도도 검증되었다.

태도요인과 관련해 ‘친환경 농산물은 건강에 더 좋다’(4.06±0.81), ‘친환경 농산물 이용은 환경 보호에 도움이 된다’(4.06±0.73)는 높은 점수를 보인 반면, ‘추가 비용을 지불하더라도 친환경 농산물을 구매할 것이다’(3.62±0.84), ‘친환경 농산물은 일반식품에 비해 품질이 좋다’(3.55±0.92), ‘친환경 농산물

**Table 2. EAPs buying behavior**

| Category                       |   | Area       |            | Total      | n(%)      | $\chi^2$ |
|--------------------------------|---|------------|------------|------------|-----------|----------|
|                                |   | City       | Country    |            |           |          |
| Have you ever bought EAPs?     | Yes   | 176( 93.1) | 91( 83.5)  | 267( 89.6) | 6.886***  |          |
|                                | No  | 13( 6.9)   | 18( 16.5)  | 31( 10.4)  |           |          |
|                                | Total   | 189(100.0) | 109(100.0) | 298(100.0) |           |          |
| How often do you buy EAPs?     | < Once a month  | 46( 26.3)  | 21( 23.1)  | 67( 25.2)  | 0.854     |          |
|                                | Once a month~3 times a month                            | 65( 37.1)  | 39( 42.9)  | 104( 39.1) |           |          |
|                                | Once a week~2 times a week                              | 45( 25.7)  | 22( 24.2)  | 67( 25.2)  |           |          |
|                                | ≥ 3 times a week  | 19( 10.9)  | 9( 9.9)    | 28( 10.5)  |           |          |
|                                | Total   | 175(100.0) | 91(100.0)  | 266(100.0) |           |          |
| Where do you usually buy EAPs? | Mart  | 88( 51.5)  | 49( 55.7)  | 137( 52.9) | 53.278*** |          |
|                                | Organic produce store                                   | 66( 38.6)  | 5( 5.7)    | 71( 27.4)  |           |          |
|                                | Direct dealing  | 8( 4.7)    | 17( 19.3)  | 25( 9.7)   |           |          |
|                                | Personally grown products                               | 4( 2.3)    | 15( 17.0)  | 19( 7.3)   |           |          |
|                                | Etc.  | 5( 2.9)    | 2( 2.3)    | 7( 2.7)    |           |          |
| Total                          | 171(100.0)  | 88(100.0)  | 259(100.0) |            |           |          |
| Why do you buy EAPs?           | Safety  | 108( 63.5) | 40( 46.0)  | 148( 57.6) | 8.953*    |          |
|                                | Quality   | 8( 4.7)    | 10( 11.5)  | 18( 7.0)   |           |          |
|                                | Nutrition & health                                      | 47( 27.6)  | 31( 35.6)  | 78( 30.4)  |           |          |
|                                | Etc.(environmental conservation, to help local farmers) | 7( 4.1)    | 6( 6.9)    | 13( 5.1)   |           |          |
|                                | Total   | 170(100.0) | 87(100.0)  | 257(100.0) |           |          |

\* $p < 0.05$ , \*\*\* $p < 0.001$ .

**Table 3. Validity and reliability tests of the measure**

| Factor    | Item   | Score (Mean±SD) | Factor loading | Eigen value | Variance % | Cumulative variance % | Cronbach's $\alpha$ |
|-----------|--|-----------------|----------------|-------------|------------|-----------------------|---------------------|
| Attitude  | EAPs are good for my health.                                 | 4.06±0.73       | 0.826          | 2.767       | 30.741     | 30.741                | 0.831               |
|           | EAPs are high in quality compared to other products.         | 3.55±0.92       | 0.809          |             |            |                       |                     |
|           | Consumption of EAPs contributes to environmental protection. | 4.06±0.73       | 0.707          |             |            |                       |                     |
|           | I will buy EAPs even if they are more expensive.             | 3.62±0.84       | 0.692          |             |            |                       |                     |
|           | I trust EAPs.  | 3.44±0.91       | 0.612          |             |            |                       |                     |
| Knowledge | I can understand the kinds and features of EAPs.             | 3.59±0.94       | 0.837          | 2.139       | 23.763     | 54.505                | 0.842               |
|           | I can understand the meaning of EAPs marks.                  | 3.67±1.01       | 0.785          |             |            |                       |                     |
|           | I can understand the meaning of 'Environment-friendly'.      | 4.03±0.76       | 0.782          |             |            |                       |                     |
|           | I know well how to buy EAPs.                                 | 3.46±1.00       | 0.754          |             |            |                       |                     |
| Concern   | I am concerned about food safety.                            | 4.07±0.77       | 0.939          | 1.662       | 18.463     | 72.968                | 0.813               |
|           | I have a lot of interest in food safety.                     | 3.90±0.85       | 0.771          |             |            |                       |                     |

1) 1: Not at all. 5: Strongly agree.

에 대해 신뢰한다'(3.44±0.91) 등의 항목은 그다지 높지 않게 나타났다. 지식요인과 관련해 '친환경'이라는 용어의 의미에 대해서는 비교적 잘 알고 있었으나(4.03±0.76), 인증 마크의 의미(3.67±1.01), 친환경 농산물의 종류와 특징(3.59±0.94), 친환

경 농산물의 구매 방법(3.46±1.00) 등에 대해서는 지식수준이 그다지 높지 않게 나타나, 이에 대한 소비자 교육의 확대가 필요한 것으로 판단된다. 또한 관심요인과 관련하여서는 '평소 식품안전에 대한 우려를 많이 한다'(4.07±0.77), '식품안전

에 많은 관심이 있다'(3.90±0.85) 정도로 나타났다.

이러한 결과는 Kim 등(2007)의 연구에서 친환경 농산물과 인증 표시, 그리고 생산자에 대한 신뢰도 향상이 친환경 농산물 소비 촉진을 위한 우선적인 과제인 것으로 나타났던 것과 일치하는 결과로 친환경 농산물에 대한 소비자 신뢰 회복을 위한 방안 마련이 시급한 과제인 것으로 판단된다.

Table 4는 조사 대상자의 일반사항에 따른 친환경 농산물에 대한 인식 차이를 나타낸 것이다. 성별에 따라서는 태도, 지식, 관심 등 모든 요인에 있어 유의적 차이가 나타나지 않았고, 연령에 따라서는 지식 요인과 관심 요인에 있어 유의적 차이가 나타났는데( $p<0.05$ ), 세부 항목별로 지식 요인의 항목 중 '친환경 농산물의 종류와 특징에 대해 잘 알고 있다'( $p<0.05$ )와 '친환경이란 용어의 의미를 잘 알고 있다'( $p<0.001$ )는 질문에 대해 연령이 많은 집단에서 유의적으로 높은 점수를 나타냈다. 관심 요인에 있어서는 '식품안전에 대한 관심이 많다'( $p<0.01$ )는 질문에 대해서 41~45세 집단에서 35세 이하 집단에 비해 유의적으로 높은 점수를 보이는 등 41~45세 집단이 친환경 농산물에 대해 가장 높은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다. 자녀수에 있어서는 태도 요인에 있어서만 집단 간 유의적 차이가 있는 것으로 나타났는데( $p<0.01$ ), 자녀의 수가 1명인 집단이 3명 이상인 집단에 비해 친환경 농산물에 대해 보다 긍정적인 것으로 나타났다. 세부 항목별로는 '친환경 농산물은 일반식품에 비해 품질이 좋다', '친환경

농산물에 대해 신뢰한다' 두 가지 항목에 있어 집단 간 유의적 차이가 나타났는데( $p<0.01$ ). 지식과 관심요인에 있어서는 요인 수준에서의 유의적 차이는 없었으나 '친환경 농산물에 대한 관심이 많다' 항목에 대해서는 자녀 수 1명인 집단이 3명 이상인 집단에 비해 유의적으로 높은 수준을 보였다( $p<0.05$ ). 한편, 소득 수준에 따라서는 친환경 농산물에 대한 유의적 인식 차이가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 Kim 등(2006)의 연구에서는 친환경 임산물에 대한 소비자 인식에 있어 가족 수, 교육수준, 월평균 수입이 친환경 임산물 구입 의사에 영향을 미치는 것으로 나타났던 점과 일부 차이를 보이는데, 본 연구의 대상이 학부모에 한정되는 관계로 소득 수준 등 일부 변수의 영향이 다소 약하게 나타났기 때문으로 판단된다. 학부모를 대상으로 친환경 농산물에 대한 인식을 조사한 Lee & Park (2008)의 연구에서도 친환경 농산물 사용에 대한 찬성 비율에 있어 교육수준, 직업, 수입 등에 따른 유의적 차이가 없었던 점이 이를 뒷받침한다. 하지만 일부 유의적 차이가 나타났던 변수 특성을 고려하여 상황에 따라 점진적 확대를 위한 해결 방안을 모색할 수 있어야 하겠다.

#### 4. 친환경 농산물에 대한 인식이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향

친환경 농산물에 대한 인식 수준이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향에 대한 로지스틱 회귀분석 결과, 지식과 태도

**Table 4. Differences in perception on EAPs by general characteristics** (Mean±S.D.)

| Factor    | Item   | Gender                  |                | t      | Age(yrs)               |                         |                         |                         | F        | Number of children     |                         |                        | F       |
|-----------|--|-------------------------|----------------|--------|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|----------|------------------------|-------------------------|------------------------|---------|
|           |  | Male (n=46)             | Female (n=250) |        | ≤35 (n=60)             | 36~40 (n=152)           | 41~45 (n=64)            | ≥45 (n=20)              |          | 1 (n=30)               | 2 (n=20)                | Over 3 (n=60)          |         |
| Attitude  | EAPs are good for my health.                                 | 4.02±1.13 <sup>1)</sup> | 4.07±0.74      | -0.272 | 3.88±0.78              | 4.11±0.76               | 4.13±0.79               | 4.05±1.22               | 1.319    | 4.27±0.69              | 4.07±0.80               | 3.93±0.81              | 1.804   |
|           | EAPs are high in quality compared to other products.         | 3.61±1.13               | 3.53±0.87      | 0.425  | 3.42±0.83              | 3.62±0.88               | 3.52±0.95               | 3.50±1.28               | 0.727    | 3.67±0.76 <sup>b</sup> | 3.62±0.89 <sup>ab</sup> | 3.22±0.99 <sup>a</sup> | 4.663** |
|           | Consumption of EAPs contributes to environmental protection. | 4.20±0.89               | 4.04±0.69      | 1.132  | 3.97±0.74              | 4.05±0.69               | 4.14±0.69               | 4.30±0.98               | 1.354    | 4.23±0.57              | 4.08±0.72               | 3.93±0.76              | 1.904   |
|           | I will buy EAPs even if they are more expensive.             | 3.57±1.00               | 3.63±0.81      | -0.505 | 3.52±0.75              | 3.64±0.85               | 3.72±0.85               | 3.55±1.05               | 0.658    | 3.83±0.70              | 3.64±0.81               | 3.46±0.92              | 2.201   |
|           | I trust EAPs.  | 3.52±1.15               | 3.42±0.86      | 0.571  | 3.28±0.80              | 3.44±0.91               | 3.55±0.85               | 3.50±1.32               | 0.911    | 3.57±0.86 <sup>b</sup> | 3.53±0.87 <sup>b</sup>  | 3.07±0.92 <sup>a</sup> | 6.676** |
|           | Total  | 3.78±0.91               | 3.74±0.59      | 0.330  | 3.61±0.61              | 3.77±0.62               | 3.80±0.63               | 3.78±0.96               | 1.091    | 3.91±0.50 <sup>b</sup> | 3.78±0.63 <sup>ab</sup> | 3.52±0.67 <sup>a</sup> | 5.272** |
| Knowledge | I can understand the kinds and features of EAPs.             | 3.75±1.16               | 3.55±0.89      | 1.303  | 3.42±1.06 <sup>a</sup> | 3.52±0.90 <sup>ab</sup> | 3.74±0.93 <sup>ab</sup> | 4.06±0.80 <sup>b</sup>  | 2.897*   | 3.81±0.74              | 3.54±0.96               | 3.63±0.95              | 1.101   |
|           | I can understand the meaning of EAPs marks.                  | 3.77±1.24               | 3.67±0.96      | 0.547  | 3.54±1.07              | 3.65±0.98               | 3.87±0.96               | 3.79±1.18               | 1.265    | 3.90±0.90              | 3.69±0.98               | 3.50±1.14              | 1.646   |
|           | I can understand the meaning of 'Environment-friendly'.      | 4.07±1.07               | 4.02±0.69      | 0.255  | 3.81±0.84 <sup>a</sup> | 4.00±0.71 <sup>a</sup>  | 4.17±0.73 <sup>ab</sup> | 4.58±0.61 <sup>b</sup>  | 6.116*** | 4.14±0.64              | 4.02±0.73               | 4.10±0.84              | 0.547   |
|           | I know well how to buy EAPs.                                 | 3.24±1.18               | 3.51±0.94      | -1.744 | 3.30±1.01              | 3.51±0.93               | 3.62±1.02               | 3.25±1.12               | 1.513    | 3.57±0.82              | 3.50±0.98               | 3.39±1.03              | 0.399   |
|           | Total  | 3.74±1.02               | 3.71±0.71      | 0.238  | 3.52±0.89              | 3.69±0.71               | 3.87±0.77               | 3.99±0.72               | 2.716*   | 3.85±0.62              | 3.71±0.76               | 3.65±0.83              | 0.059   |
| Concern   | I am concerned about food safety.                            | 4.15±0.89               | 4.06±0.75      | 0.658  | 3.98±0.70              | 4.04±0.73               | 4.22±0.86               | 4.15±0.99               | 1.184    | 4.20±0.76              | 4.08±0.75               | 4.02±0.79              | 0.583   |
|           | I have a lot of interest in food safety.                     | 3.96±1.03               | 3.88±0.81      | 0.540  | 3.65±0.82 <sup>a</sup> | 3.86±0.79 <sup>ab</sup> | 4.16±0.83 <sup>b</sup>  | 4.11±1.15 <sup>ab</sup> | 4.335**  | 4.20±0.71 <sup>b</sup> | 3.90±0.81 <sup>ab</sup> | 3.73±0.91 <sup>a</sup> | 3.262*  |
|           | Total  | 4.05±0.84               | 3.97±0.72      | 0.708  | 3.82±0.69              | 3.95±0.69               | 4.19±0.80               | 4.11±0.99               | 2.958*   | 4.20±0.68              | 3.99±0.71               | 3.86±0.78              | 2.141   |

<sup>1)</sup> 1: Not at all, 5: Strongly agree. \* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ . <sup>ab</sup> Scheffe's multiple comparison.

**Table 5. Effects of understanding upon EAPs on experience of EAPs consumption**

| Understanding on EAPs     | $\beta$  | Wald                     | Exp.(B) |
|---------------------------|----------|--------------------------|---------|
| Attitude                  | 0.653*   | 6.494                    | 1.921   |
| Knowledge                 | 1.153*** | 19.591                   | 3.169   |
| Concern                   | 0.184    | 0.718                    | 1.202   |
| Constant                  | 2.744*** | 81.690                   | 15.547  |
| Cox & Snell's $R^2=0.124$ |          | Nagelkerke's $R^2=0.253$ |         |

\* $p<0.05$ , \*\*\* $p<0.001$ .

요인 점수가 높을수록 친환경 농산물을 이용할 확률이 높아지는 것으로 나타났다( $p<0.001$ )(Table 5). 이는 친환경 농산물에 대한 이해 수준이 높고 긍정적 태도를 가진 사람들이 친환경 농산물을 좀 더 이용하게 되는 것을 의미한다. 따라서 학교 급식에서의 친환경 농산물 사용 확대를 위해서는 학부모의 지식 수준을 높이고, 긍정적 태도를 형성하기 위한 교육이 우선적으로 이루어져야 할 것으로 판단된다. Kim 등(2006)의 연구에서는 친환경 임산물의 구입 후 만족도가 구입 의사에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 친환경 농산물에 대한 태도와 이용행동은 지속적인 상승작용을 나타낼 수 있음을 보여준다. 또한 친환경 농산물 지불의사 금액에 대한 Heo & Kim(2004)의 연구에서 주거 지역별, 식품군별로 친환경 농산물에 대한 지불의사 금액이 다르게 나타났고, An & Kang(2006)의 연구에서도 친환경 농산물 식품군별 구입 빈도에 차이가 있었던 점을 고려할 때, 학교 급식에 있어서도 지역과 식품군에 따라 순차적으로 확대해 나가는 전략도 필요할 것으로 생각된다.

## 요약 및 결론

최근 소득 수준이 증가하고 식품안전과 환경에 대한 관심이 높아지면서 학교 급식에서의 친환경 농산물 이용도 증가 추세에 있어 친환경 농산물 확대에 따른 학부모 인식 개선이 필요한 시점이다. 따라서 본 연구에서는 학부모들의 친환경 농산물에 대한 이용 현황과 친환경 농산물에 대한 인식이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향을 살펴봄으로써 학교 급식에서 친환경 농산물 사용 확대를 위한 기초자료를 제공하고자 하였고, 주된 연구 결과는 다음과 같다.

친환경 농산물 이용 현황과 관련하여서는 친환경 농산물을 이용한 경험이 있는 사람이 267명(89.6%)으로 나타났고, 이용 경험이 있는 사람의 74.8%가 친환경 농산물을 월 1회 이상 이용하고 있는 것으로 나타났다. 주된 구입처는 대형 마트가 52.9%(137명)로 과반수를 차지하였고, 전문 체인점(27.4%), 생산자 직거래(9.7%) 등을 이용하고 있었다. 친환경 농산물

이용의 이유로는 안전(57.6%), 건강(30.4%), 품질(7.0%) 등 개인적인 동기가 가장 크게 작용하는 것으로 나타났다. 도심과 비도심의 지역 구분에 따라서는 도심 지역 응답자의 친환경 농산물 이용 경험 비율이 유의적으로 높았고( $p<0.001$ ), 이들의 주된 구입처로는 대형 마트(51.5%), 전문 체인점(38.6%)이 대부분을 차지하고 있었다. 비도심 지역 응답자의 주된 구입처도 대형 마트(55.7%)가 가장 높은 비율을 보였지만, 생산자 직거래(19.3%), 직접 재배(17.0%)를 통해서도 친환경 농산물을 이용하고 있었다. 친환경 농산물 이용 이유에 대해 각 지역의 응답자 모두 안전이 가장 높은 응답비율을 보였다.

친환경 농산물에 대한 인식에 있어서는 인증 마크의 의미, 친환경 농산물의 종류와 특징, 친환경 농산물의 구매 방법 등에 대해서는 지식수준이 그다지 높지 않게 나타나, 이에 대한 소비자 교육의 확대가 필요한 것으로 판단된다. 또한 친환경 농산물에 대한 신뢰도나 추가 비용 지불 의사는 다른 문항에 비해 상대적으로 낮게 나타나 친환경 농산물에 대한 소비자 신뢰 회복을 위한 방안 마련이 시급한 과제인 것으로 판단된다. 친환경 농산물에 대한 인식 수준이 친환경 농산물 이용에 미치는 영향에 대한 로지스틱 회귀분석 결과에서는 지식 요인과 태도 요인 점수가 높을수록 친환경 농산물을 이용할 확률이 높아지는 것으로 나타났다( $p<0.001$ ).

이상의 결과를 요약해 볼 때, 친환경 농산물에 대한 학부모의 올바른 이해와 긍정적 태도는 학교 급식의 친환경 농산물 사용 확대에 중요한 영향을 미치게 된다. 또, 나아가 학부모의 역할은 성장기 아동의 올바른 식습관 형성에 중요한 역할을 하고 있는 학교 급식의 효과와 만족도를 높이는 데도 매우 중요하게 작용할 것임을 시사하고 있다. 따라서, 친환경 농산물에 대한 인식을 식품안전과 건강에 대한 관심으로부터 환경보전 등 이타적 이유로 확대할 수 있도록 하는 학부모 교육이 진행된다면 학부모의 긍정적 태도는 더욱 높아질 것이며, 친환경 급식의 발전에 대한 상승효과를 기대할 수 있을 것이다. 아울러 친환경 농산물에 대한 소비자의 신뢰를 확보하기 위해 생산자 인증과 유통인증을 철저히 하며, 친환경 농산물 소비자이기도 한 학부모를 대상으로 하는 생산자 견학 등의 프로그램과 지속적인 도농교류는 학부모의 이해와 긍정적 태도를 높여 친환경 급식을 더욱 발전시킬 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 국립농산물품질관리원 친환경농산물정보시스템. 2010. 친환경농산물 인증제도. <http://www.enviagro.go.kr>. 2010. 5. 1 방문
- 허승욱. 2006. 친환경농산물 학교급식의 과제와 추진방향. 한

- 국유기농업학회 상반기 학술발표대회 논문집. pp.43-52
- An JH, Kang KO. 2006. Consumption type of housewives about organic and instant food. *Korean J Food & Nutr* 19:28-37
- Bak GB, Kim JS, Han JS, Huh SM, Suh BS. 1996. A comparative study on dietary habits of children in elementary school by school lunch program. *Korean J Dietary Culture* 11:23-35
- Chang HS, Lee MJ. 2008. The perception for management of school foodservice using of environment-friendly agricultural products of elementary school children's mothers in Gunsan. *Korean J Community Nutr* 13:867-878
- Essoussi LH, Zahaf M. 2008. Decision making process of community organic food consumers: An exploratory study. *J Consumer Marketing* 25:95-104
- Gifford K, Bernard JC. 2005. Influencing consumer purchase likelihood of organic food. *Int J Consumer Stud* 30:155-165
- Heo SW, Kim H. 2004. Green marketing strategies and willingness to pay for environment-friendly agricultural products in the metropolitan area. *Korean J Org Agric* 12:317-331
- Heo SW. 2004. Relative evaluation to its attributes and positioning strategies for environment-friendly agricultural products. *Korean J Org Agric* 12:153-169
- Honkanen P, Verplanken B, Olsen SO. 2006. Ethical values and motives driving organic food choice. *J Consumer Behav* 5:420-431
- Kim JS, Kim EG, Choi SI, Jung BH. 2006. A study on consumer perception and willingness to pay for environmentally friendly chestnuts in Korea. *J Korean Forest Soc* 95:415-422
- Kim KD, Lee JY, Namkung S. 2008. Purchase behavior of environment-friendly agricultural products by housewives in Seoul area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 37:1667-1673
- Kim SO, An KW, Kim MH, Shim JH. 2007. Evaluating some influential factors on consumers' purchasing decisions of environment-friendly agricultural products(EAPs) using importance-performance analysis(IPA). *Korean J Org Agric* 15: 339-353
- Kim SS. 2007. A study on consumer's attitude for food safety and purchase of environment friendly agricultural products. *J Korean Home Manage Assoc* 25:15-32
- Lee YS, Lee NO, Ko SH. 2009. A survey on use of environment-friendly agricultural products for school food service by dietitians in Chungnam province. *Korean J Community Nutr* 14:556-564
- Lee YS, Park MJ. 2008. Parental perception and satisfaction with environment-friendly agricultural products used for school foodservice in elementary schools in Daejeon. *Korean J Food Culture* 23:737-747
- Lokie S, Lyons K, Lawrence G, Grice J. 2004. Choosing organics: a path analysis of factors underlying the selection of organic food among Australian consumers. *Appetite* 43: 135-146
- Magnusson MK, Avrola A, Hursti UK, Aberg L, Sjöden PO. 2003. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite* 40:109-117
- Michaelidou N, Hassan LM. 2008. The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food. *Int J Consumer Stud* 32:163-170
- Oh YM, Kim MH, Sung CJ. 2005. Effects of school lunch program on nutritional knowledge and attitude, and dietary behavior of Korean middle school students. *Korean J Community Nutr* 10:163-173
- Padel S, Foster C. 2005. Exploring the gap between attitudes and behaviour: understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food J* 107:606-626
- Ryu MJ, Suh JS, Lyu ES. 2004. A perception of dietitians for using imported foods and pro-environment farm products for elementary school foodservice operations in Busan. *J Korean Dietetic Assoc* 10:452-466
- Tsakiridou E, Toutouki C, Zotos Y, Mattas K. 2008. Attitudes and behaviour towards organic products: An exploratory study. *Int J Retail & Distrib Manage* 36:158-175

---

(2010년 5월 14일 접수; 2010년 6월 8일 채택)