

## 친환경농산물 구매 및 소비행태 분석\* -대구광역시 가정주부들을 중심으로-

김태영\*\* · 장우환\*\*\*

### Analysis of Consuming Behavior of Environment-Friendly Agricultural Products for Housewives in Daegu

Kim, Tae-Young · Jang, Woo-Whan

This research targets housewives residing in Daegu among whole consumers. The first step is to divide housewives into two groups, group 1 which has experience of purchasing environment-friendly agricultural products and group 2 which has no experience. Then in the next step, research proceeds to investigate perception, present behavior and future intention of purchasing environment-friendly agricultural products. Based on this, it intends to provide both basic information which is needed for producers and distributors to set their systemic marketing strategy to increase consumption of environment-friendly agricultural products and effective way to vitalize the consumption.

Key words : *environment-friendly agricultural products, consuming behavior, logistic regression analysis*

## I. 서 언

최근 경제발전과 소득수준의 향상에 따라 건강과 식품안전성에 대한 국민적 관심이 높아지면서 농산물 소비자의 구매패턴이 기존의 양과 가격중심에서 안전성과 고품질을 중시하는 방향으로 급격히 변화하고 있다. 이러한 소비패턴의 변화는 친환경농산물 생산에 공

---

\* 이 연구는 대구광역시 가정주부들의 친환경농산물 소비행태 분석(김태영, 경북대 석사학위논문, 2010. 6) 내용 중 일부분을 발췌하여 대폭 수정·보완한 내용임.

\*\* 경북대학교 농업경제학과 대학원

\*\*\* 경북대학교 농업경제학과 부교수, 교신저자(wwjang@knu.ac.kr)

정적 영향을 미치고 있으며, 앞으로 생산측면에서 친환경농업의 중요성을 더욱 부각시킬 것으로 전망된다.

친환경농산물에 대한 소비증가와 친환경농업의 지속적 성장에 대응하기 위하여 정부에서는 친환경농가의 소득증대, 소비자 가치 증대, 환경 친화적인 농업자원관리 등을 목표로 2011년 “제3차 친환경농업육성계획”의 발표를 통해서 친환경농업을 통한 농식품과 연관 산업분야의 육성에 적극 나서고 있다. 주요한 내용으로 친환경농업 생산기반 조성, 유통 및 소비 활성화, 인증기준의 선진화, 가공 및 농자재 산업 활성화, 기술개발 및 전문인력 양성 등의 사업을 포함하고 있다.

하지만 친환경농산물에 대한 소비증가와 정부의 친환경농업 육성정책 실시에도 불구하고, 아직까지 친환경농산물의 소비량은 생산량 증가를 따라가지 못하고 있는 실정이다. 이는 아직까지도 친환경농산물에 대한 소비자의 불신이 높다는 걸 말해줌과 동시에 근본적으로 올바른 정보가 소비자에게 제공되지 못했음을 시사한다. 그 결과 소비자들은 일반농산물과의 질적인 차별성에 대한 이해도가 낮으며, 친환경농산물의 특성상 일반농산물에 비해 노력이 많이 들고 상대적으로 생산 및 판매가격이 높다는 사실을 인지하고 있지 못함을 의미한다.

그동안 친환경농업이 직면한 문제점을 지적하고 개선방안을 모색하기 위하여 친환경농산물 소비와 생산, 유통, 친환경농업 정책 등 여러 분야에서 다양한 선행연구가 수행되어 왔다. 친환경농산물 소비자를 대상으로 한 주요한 선행연구에는 친환경농산물 소비의 속성별 만족도 및 요인 분석(허승욱 외, 2010), 친환경농산물 구매결정과 활성화 방안에 관한 연구(황창주, 2009) 등이 있으며, 생산측면에서 주요 선행연구는 친환경농산물 생산자의 인식도에 관한 연구(정재익, 2009) 등이 있다. 친환경농산물 유통 및 소비와 관련된 주요한 선행연구는 유기농산물의 유통실태 분석과 발전방안(김호, 2010), 친환경 유기농산물 생산 유통 소비시장의 현황 분석(황재현, 2009) 등이 있다. 그밖에 유기농업의 공익기능에 대한 경제적 가치평가(유진채 외, 2010) 등이 있다.

본 연구와 직간접적으로 관련된 주요한 선행연구를 살펴보면, 신철노 외 1인(2008)은 소비자 지향적 마케팅시대에 직면하여 국내외 농산물 소비수요와 변화에 대응하고 친환경농산물 유통개선을 도모하기 위하여 소비자들의 친환경농산물에 대한 인식과 구매패턴을 분석하였다. 김호 외 2인(2010)은 친환경농산물 소비자의 소비 및 의식실태에 대한 분석과 함께 마케팅전략 수립에 대한 시사점을 제시하였다. 김창길 외 2인(2008)은 친환경농산물의 소비성향과 구매형태를 파악하기 위하여 수도권과 지방도시(6개 광역시를 중심)에 거주하는 소비자를 대상으로 친환경농산물 구입경험자와 비 구입자로 구분하여 표본을 추출하여 조사하여 친환경농산물의 마케팅전략의 기본방향과 정책과제를 제시하였다. 고정숙(2007)은 소비자의 친환경농산물 구매행동을 파악하기 위하여 steenkamp 이론을 이용하여 중시하는 품질 속성별로 구분하여 소비자의 친환경농산물 구매행태에 영향을 미치는 요인을 조

사하였다.

이러한 선행연구들을 종합해 보면, 친환경농업의 지속적인 성장을 촉진하기 위해서는 소비자의 인식 전환과 유통 및 소비구조의 개선을 통해서 소비자가 편리하게 친환경농산물을 구매할 수 있는 시스템 구축이 필요하고 이러한 체계구축을 위해서 소비자의 욕구와 특성을 정확하게 파악하는 것이 선행되어야 함을 시사하고 있다. 하지만, 상기 선행연구들은 본 연구에서 시도하고자 하는 대구광역시 소비자를 대상으로 친환경농산물 구매경험 유무별로 소비행태의 차이를 규명하고자 하는 목적과는 차이가 있다.

따라서, 본 연구에서는 대구광역시에 거주하는 가정주부를 조사대상으로 친환경농산물을 구매한 경험이 있는 주부와 경험이 없는 주부로 나누어, 각각 구분된 소비자층에 따라 친환경농산물에 대한 인식, 구매행태 및 관점, 향후 친환경농산물 구매확대 및 구매 의향을 조사하고자 한다. 본 연구의 목적은 대구광역시 소비자의 친환경농산물 구매패턴과 특성 등을 파악함으로써 지역적 차원에서 친환경농산물의 소비시장을 활성화시킬 수 있는 방안을 모색하는데 있다. 본 연구를 통해서 지방의 친환경농산물 소비자의 구매특성을 파악하여 친환경농산물 생산자 및 관련기관단체들에게 마케팅 전략수립에 필요한 기초자료를 제공함과 동시에 지역차원에서의 친환경농산물 소비활성화를 위한 방안을 모색하고자 한다.

## II. 조사개요 및 분석방법

### 1. 조사개요 및 분석방법

본 연구에서는 대구광역시에 거주하는 가정주부를 조사대상으로 하며, 조사범위를 크게 6개 구(동구, 중구, 남구, 북구, 수성구, 서구)로 나누어 지역주민을 대상으로 일정한 비율로 할당된 설문조사를 실시하였다. 표기방식은 응답자가 설문지에 직접 표기하는 자기기입방식을 선택하였다.

조사 기간은 2010년 4월8일~4월18일에 걸쳐 시행되었고, 설문지 350부를 배포하여 340부를 회수하였으며, 그 중 불성실한 답변의 설문지 8부는 제외시키고 총 332부의 설문지를 분석 자료로 활용하였다.

본 연구를 분석하기 위해 먼저 수집된 자료는 SPSS/WIN 17.0 Program을 사용하여 분석하였으며, 조사대상자의 일반적인 특성은 빈도분석과 백분율분석을 통해 나타내었다.

친환경농산물 구매경험이 있는 가정주부와 구매경험이 없는 가정주부들의 친환경농산물에 대한 인식차이를 파악하기 위해 윌콕슨의 순위합검정을 실시하였다. 그리고 친환경농산물 구매경험이 있는 가정주부들의 구매행태와 구매경험이 없는 가정주부들의 구매 관점은 교차분석을 이용하였으며, 친환경 농산물 구매경험이 있는 가정주부들의 친환경농산물 향

후 구매확대 의향 및 구매경험이 없는 가정주부들의 향후 구매의향은 로지스틱 회귀분석(Logistic Regression Analysis)을 실시하여 분석하였다.

## 2. 응답자 특성

본 연구의 조사대상자들의 일반적인 특성을 살펴보면 다음과 같다. 총 응답자 수는 332명으로 친환경농산물 구매경험이 있는 주부는 214(64.5%)명, 구매경험이 없는 주부는 118(35.5%)명으로 친환경농산물 구매경험이 있는 주부들의 비율이 높았다.

연령별 분포를 보면 20대는 40(12.1%)명, 30대는 134(40.4%)명, 40대는 108(32.5%)명, 50대는 39(11.7%)명, 60대 이상은 11(3.3%)명으로 30대의 분포가 다른 연령층에 비해 많았다. 직업별로는 전업주부가 149(44.9%)명으로 가장 많았고, 자영업 62(18.7%)명, 전문직 37(11.2%)명, 사무직과 기타 34(10.2%)명, 공무원 16(4.8%)명 순으로 나타났다. 기타에는 주로 영업직과 판매직 등이 포함되었다. 학력별로는 대졸이 168(50.6%)명으로 가장 많았으며, 고졸 123(37.1%)명, 중졸 이하 23(6.9%)명, 대학원 졸 18(5.4%)명 순으로 나타났다.

월평균 가계소득은 150만원 이상~300만원 미만인 117(35.2%)명, 300만원 이상~450만원 미만인 88(26.5%)명, 600만원 이상~750만원 미만인 48(14.5%)명, 150만원 미만인 39(11.8%)명, 그 외 450만원 이상 고소득층 비율은 40(12%)명으로 나타났다. 가족 수는 247(74.4%)명이 응답한 3~4인 가정이 대부분이었으며, 2인 이하 50(15.1%)명, 5~6인 33(9.9%)명, 7~8인 2(0.6%)명 순으로 나타났다.

## Ⅲ. 분석 결과

### 1. 친환경농산물에 대한 인식

친환경농산물 구매주부와 비 구매주부들의 구매경험에 따른 친환경농산물에 대한 인식 차이를 규명하기 위해 5점 리커트 척도 및 윌콕슨의 순위합검정을 통해 나타내었다. 먼저 5점 리커트 척도로 조사한 결과는 <표 1>과 같다.

첫째, 맛과 안전성에 대한 인식은 1점 매우 나쁘다, 2점 나쁘다, 3점 비슷하다, 4점 좋다, 5점 매우 좋다고 점수화하였다. 점수가 높을수록 맛과 안전성이 우수한 것으로 인식하고 있다는 것을 나타낸다. 맛과 안전성에 대한 인식은 친환경농산물 구매경험의 유·무에 따른 평균점수에 큰 차이가 없었다.

둘째, 가격에 대한 인식은 1점 매우 비싸다, 2점 비싸다, 3점 비슷하다, 4점 싸다, 5점 매우 싸다로 점수화하였고, 점수가 낮을수록 가격이 비싸다고 인식하고 있다는 것을 의미한

다. 그 결과 가격에서도 인식의 큰 차이는 보이지 않았다.

셋째, 친환경농산물 인증마크에 대한 인식은 1점 전혀 모른다, 2점 모른다, 3점 보통이다, 4점 안다, 5점 매우 잘 안다로 점수화하였고, 점수가 높을수록 인증마크의 인지수준이 높음을 나타낸다. 친환경농산물 인증마크에 대한 인식은 친환경농산물 구매주부들의 평균 3.16점으로 비 구매주부들 평균 2.52점보다 높아 인식수준이 상대적으로 높았다.

마지막으로 친환경농산물 인증마크에 대한 신뢰도는 1점 전혀 그렇지 않다, 2점 그렇지 않다, 3점 보통이다, 4점 그렇다, 5점 매우 그렇다로 점수화하였고, 점수가 높을수록 인증마크에 대한 신뢰가 높음을 나타낸다. 친환경농산물 인증마크의 신뢰도는 친환경농산물 구매주부들이 평균 3.50점, 비 구매주부들이 평균 3.25점으로 친환경농산물 구매주부들의 신뢰가 높았다.

〈표 1〉 친환경농산물 구매경험에 따른 인식(평균점수)

(단위 : 점)

구 분	맛에 대한 인식	안전성에 대한 인식	가격에 대한 인식	인증마크에 대한 인식	인증마크에 대한 신뢰도
구매주부	3.55	3.97	1.91	3.16	3.50
비 구매주부	3.44	3.94	1.93	2.52	3.25

위의 친환경농산물 구매경험의 유·무에 따른 친환경농산물 인식 차이를 통계적으로 검정하기 위해서 <표 2>와 같이 윌콕슨의 순위합검정을 실시하였다. 순위합검정의 결과 확률값은 95% 신뢰수준에서 0.05 이하인 항목은 친환경농산물 인증마크에 대한 인식과 인증마크에 대한 신뢰도로 나타나 두 항목은 통계적으로 친환경농산물 구매경험의 유·무에 따라서 인식차이가 있는 것으로 나타났다.

〈표 2〉 친환경농산물 구매경험의 따른 인식(순위합검정)

Mean Score	맛에 대한 인식	안전성에 대한 인식	가격에 대한 인식	인증마크에 대한 인식	인증마크에 대한 신뢰도
구매주부	171.5561	168.2009	167.5397	184.7196	175.8458
비 구매주부	157.3305	163.4153	164.6144	133.4576	149.5508
Pr >  Z	0.1495	0.5996	0.736	0.0001	0.01

## 2. 친환경농산물 구매행태(구매주부)

### 1) 친환경농산물 주 구매처 및 이용 이유

친환경농산물 주 구매처를 살펴보면 <표 3>과 같다. 대형할인점 및 대형슈퍼마켓이 69.2%, 초록마을과 한살림 등 친환경농산물 전문판매장 11.7%, 백화점 8.4%, 산지 생산자 직거래 6.1%의 순이었으며, 인터넷 쇼핑몰 및 홈쇼핑 등의 온라인 매장과 생활협동조합 등의 소비자단체를 통한 친환경농산물 구매는 2.3% 순으로 낮게 나타났다.

<표 3> 친환경농산물 주 구매처

(단위 : 명, %)

구분	대형할인점 슈퍼마켓	백화점	온라인 매장	직거래	전문 판매장	소비자 단체	계
계	148 (69.2)	18 (8.4)	5 (2.3)	13 (6.1)	25 (11.7)	5 (2.3)	214 (100.0)

주 구매처를 이용하는 이유는 판매처 및 판매자에 대한 신뢰 32.2%, 진열상태와 판매자의 친절 등 구매의 편리성 29.4%, 거주지와 인접 23.8%, 상품의 다양성 10.3%, 타 판매처에 비해 저렴한 가격 3.7%순으로 나타났다.

### 2) 친환경농산물 선호품목

친환경농산물을 구매할 때 주부들이 선호하는 품목은 상추, 배추, 마늘, 양파 등 채소류(44.4%)를 가장 선호하였으며, 다음으로 쌀, 현미, 옥수수, 검정콩 등 곡류/잡곡류/두류(24.8%), 사과, 포도, 배, 감귤 등 과일류(20.1%), 느타리버섯, 팽이버섯, 녹차잎 등 특작류(8.4%), 감자, 고구마, 가지 등 서류(2.3%)순으로 선호되었다. 조사결과 생식으로 먹는 농산품일수록 구매율이 높은 것으로 보아 안전성이 영향을 끼친 것으로 보인다.

### 3) 친환경농산물 구매 시 우선 고려사항

친환경농산물 구매 시 우선 고려요인으로는 <표 4>에서 나타난 바와 같이 안전성(79.4%), 가격(11.7%), 맛(7.9%) 순으로 나타났고, 이는 친환경농산물 구매동기에서 ‘안전성과 가족의 건강을 위해’의 응답이 84.1%로 가장 높은 비율을 나타낸 것과 부합한다고 할 수 있다.

〈표 4〉 친환경농산물 구매 시 우선 고려사항

(단위 : 명, %)

구분	맛	안전성	가격	기타	계
빈도	17 (7.9)	170 (79.4)	25 (11.7)	2 (0.9)	214 (100.0)

### 3. 친환경농산물 구매 관점(비구매주부)

#### 1) 친환경농산물 비 구매 이유

주부들이 친환경농산물을 구매하지 않는 이유로 ‘가격이 비싸서’(50.8%)가 가장 높게 나타났다. ‘기존 농산물에 만족’(27.1%), ‘친환경농산물 인증에 대한 이해와 신뢰부족’(17.8%)이 뒤를 이었다. 따라서 새로운 소비확대를 위해서는 유통구조의 개선 및 재배기술 개발을 통한 생산비용 절감과 함께 친환경농산물에 대한 안전성 확보와 정확한 정보의 전달이 이루어져야 할 것이다.

#### 2) 친환경농산물 향후 선호품목

친환경농산물을 비구매 주부들이 향후 구매를 희망하는 품목으로는 상추, 배추, 마늘, 양파 등 채소류(41.5%)가 가장 선호되었으며, 다음으로 사과, 포도, 배, 감귤 등 과실류(28.8%), 쌀, 현미, 옥수수, 검정콩 등 곡류/잡곡류/두류(24.6%), 감자, 고구마, 가지 등 서류(3.4%), 느타리버섯, 팽이버섯, 녹차잎 등 특작류(1.7%) 순으로 선호되었다. 선호 품목 중 채소류, 과실류, 곡류/잡곡류/두류는 친환경농산물 구매 주부와 비슷한 비율의 선호를 보였다.

#### 3) 친환경농산물 향후 구매 시 우선 고려사항

친환경농산물 구매 시 우선 고려할 요인으로는 <표 5>에서 나타난 바와 같이 안전성(60.2%), 가격(29.7%), 맛(9.3%)순으로 나타났고, 이는 친환경농산물 구매주부들과 같은 경향을 보이고 있다.

〈표 5〉 친환경농산물 향후 구매 시 우선 고려사항

(단위 : 명, %)

구분	맛	안전성	가격	기타	계
빈도	11 (9.3)	71 (60.2)	35 (29.7)	1 (0.8)	118 (100.0)

#### 4. 친환경농산물 향후 구매확대 의향(구매주부)

친환경농산물을 구매하는 주부들의 향후 친환경농산물 구매확대 의향에 관한 로지스틱 회귀분석 결과는 다음 <표 6>과 같다. 친환경농산물 인식과 소비자특성 변수 중에서 이상치를 제거한 아래의 변수를 사용하여 분석모형에 적용하였다. 구매확대에 영향을 미치는 주요 변수 중 소비계층 유형은 소비계층을 지속적 소비계층, 보통소비계층, 관심소비계층으로 나누어 조사하여 변수로 선정하였고, 인증마크에 대한 인식은 친환경농산물 인증마크의 부착에 따른 신뢰도를, 가격에 대한 인식은 친환경농산물의 일반농산물에 대한 가격 정도를 5점 리커트 척도에 따라 조사하여 변수를 선정하였다. 그밖에 학력과 월평균 가계소득을 변수로 사용하였다.

친환경농산물 구매확대에 영향을 미치는 변수로 친환경농산물 인증마크에 대한 신뢰도(5%), 소비계층 유형(1%), 학력(1%), 월평균 가계소득(1%)이 유의미한 변수로 나타났으며, 가격에 대한 인식 정도는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

친환경농산물 구매 확대에 영향을 미치는 인식변수 중에서 첫째, 친환경농산물 인증마크 신뢰도는  $\text{Exp}(0.6508) = 1.917$ 이며, 다른 변수의 값을 일정하게 놓고 인증마크 신뢰 정도가 1점 올라갈 때마다 친환경농산물 구매를 확대할 확률이 1.917배 늘어난다. 이는 인증마크 신뢰 정도가 높을수록 친환경농산물 구매확대 확률이 높아진다는 것을 의미한다.

둘째, 친환경농산물 소비계층 유형은  $\text{Exp}(1.5315) = 4.625$ 이며, 친환경농산물 구매빈도가 낮은 계층일수록 친환경농산물 구매를 확대할 확률이 높은 것으로 이는 친환경농산물을 지속적으로 구매하는 소비계층보다 상대적으로 구매빈도는 낮지만 친환경농산물에 관심을 갖고 있는 소비계층이 구매확대 확률이 높다는 것을 의미한다.

셋째, 소비자특성변수 중 학력은  $\text{Exp}(1.4147) = 4.115$ 이며, 다른 변수의 값을 일정하게 놓고 학력이 높아지면 친환경농산물 구매를 확대할 확률이 높다. 즉 학력이 높아질수록 구매확대 확률이 높다는 것을 의미한다.

넷째, 소비자특성변수 중 월평균 가계소득은  $\text{Exp}(1.1764) = 3.243$ 이며, 다른 변수의 값을 일정하게 놓고 월평균 가계소득이 1단위(150만원) 증가하면 친환경농산물 구매를 확대할 확률이 높아진다. 이는 월평균 가계소득이 증가할 때마다 친환경농산물 구매를 확대 확률이 높아진다는 것을 의미한다.

결과적으로 인증마크 신뢰도가 높을수록, 구매빈도가 낮을수록, 학력이 높을수록, 월평균 가계소득이 높을수록 향후 친환경농산물의 구매를 확대 확률이 높은 것으로 나타났다. 결국 인증마크 신뢰성 구축을 위해 인증마크 기준 및 제도를 강화와 함께 친환경농산물에 관심을 갖고 있는 잠재적 소비자층에 대해 홍보 및 교육의 확대를 통해 친환경농산물의 소비를 유도해야 할 것이다.

〈표 6〉 친환경농산물 향후 구매확대 의향 회귀분석 결과(구매주부)

변 수	계수(B)	표준오차	Exp(B)	Exp(B)에 대한 95.0% 신뢰구간	
				하한	상한
가격에 대한 인식	0.5708	0.3889	1.77	0.826	3.792
인증마크 신뢰에 대한 신뢰도	0.6508*	0.2667	1.917	1.137	3.233
소비계층 유형	1.5315**	0.3488	4.625	2.335	9.163
학력	1.4147**	0.353	4.115	2.06	8.221
월평균 가계소득	1.1764**	0.23	3.243	2.066	5.089

• \*\* p < .0001, \* p < 0.05

• 우도비검정(Likelihood Ratio Test):  $X^2 = 88.6556$ ,  $df = 5$ ,  $p < .0001$

• R-Square: 0.3525

### 5. 친환경농산물 향후 구매 의향(비 구매주부)

친환경농산물을 구매하지 않는 주부들의 향후 친환경농산물 구매의향에 관한 로지스틱 회귀분석 결과는 다음의 <표 7>과 같다. 친환경농산물 인식과 소비자 특성변수 중에서 이상치를 제거한 아래의 변수를 사용하여 분석모형에 적용하였다. 친환경농산물 구매에 영향을 미치는 변수는 친환경농산물 안전성에 대한 인식 정도(5%)와 인증마크에 대한 인식 정도(5%)가 유의미한 변수로 나타났으며, 학력과 월평균 가계소득 변수는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

친환경농산물 구매에 영향을 미치는 인식 변수 중 첫째, 안전성에 대한 인식은  $\text{Exp}(0.825) = 2.282$ 이며, 다른 변수의 값을 일정하게 놓고 안전성에 대한 인식 정도가 1점 올라갈 때마다 친환경농산물을 구매할 확률이 2.282배 높아진다. 이는 친환경농산물 안전성에 대한 인식이 좋을수록 친환경농산물 구매 확률이 높아진다는 것을 의미한다.

둘째, 인증마크에 대한 인식은  $\text{Exp}(0.6136) = 1.847$ 이며, 이는 다른 변수의 값을 일정하게 놓고 인증마크 인지 정도가 높을수록 친환경농산물 구매 확률이 높아진다는 것을 의미한다.

결과적으로 친환경농산물 안전성에 대한 인식이 좋을수록, 인증마크에 대한 인지정도가 높을수록 향후 친환경농산물 구매 확률이 증가함을 나타낸다. 친환경농산물의 안전성에 대한 신뢰확보와 인증마크에 관한 홍보활동을 강화해야 한다.

〈표 7〉 친환경농산물 향후 구매 의향 회귀분석 결과(비 구매주부)

변 수	계수(B)	표준오차	Exp(B)	Exp(B)에 대한 95.0% 신뢰구간	
				하한	상한
안전성에 대한 인식	0.825*	0.37	2.282	1.105	4.712
인증마크에 대한 인식	0.6136*	0.2527	1.847	1.126	3.031
학력	0.599	0.341	1.82	0.933	3.551
월평균 가계소득	0.0685	0.2278	1.071	0.685	1.674

• \*  $p < 0.05$

• 우도비검정(Likelihood Ratio Test):  $X^2 = 15.7394$ ,  $df = 4$ ,  $p < .0034$

• R-Square: 0.1279

#### IV. 요약 및 결론

본 연구에서는 대구광역시에 거주하는 가정주부를 조사대상 소비자층으로 하였으며, 친환경농산물을 구매한 경험이 있는 주부와 경험이 없는 주부로 나누어 각 소비자층에 따라 친환경농산물에 대한 인식, 구매행태 및 관점, 향후 친환경농산물 구매확대 및 구매의향을 조사하였다.

주요 분석결과 친환경농산물 구매주부와 비 구매주부들의 친환경농산물에 대한 인식에서 가격에 대한 인식이 공통적으로 ‘비싸다’고 인지하고 있었고, 친환경농산물 비구매주부들이 친환경농산물을 구매하지 않는 이유로 ‘가격이 비싸서(50.8%)’가 가장 높게 나타났다. 그리고 친환경농산물 구매주부보다 비 구매주부의 경우, 인증마크에 대한 인식이 다소 낮았으며, 또한 친환경농산물을 구매하지 않는 이유로는 ‘친환경농산물 인증에 대한 이해와 신뢰부족(17.8%)’을 꼽았다. 친환경농산물 구매는 주로 대형할인점 및 대형슈퍼마켓(69.2%)에서 이루어지고 있으며, 친환경농산물 전문판매장, 백화점, 직거래 등에서 구매활동은 아직은 미비한 실정이다.

친환경농산물 구매주부와 비 구매주부들의 구매경험에 따른 친환경농산물에 대한 인식 차이를 규명하기 위해 5점 리커트 척도 및 월콕슨의 순위합검정을 통해 나타난 결과를 살펴보면 첫째, 맛과 안전성에 대한 인식은 친환경농산물 구매경험의 유·무에 따른 평균점수에 큰 차이가 없었다. 둘째, 가격에 대한 인식도 큰 차이는 보이지 않았다. 셋째, 친환경농산물 인증마크에 대한 인식은 친환경농산물 구매주부들의 평균 3.16점으로 비 구매주부들 평균 2.52점보다 높아 인지수준이 상대적으로 높았다. 넷째, 친환경농산물 인증마크 신뢰에

대한 인식은 친환경농산물 구매주부들이 평균 3.50점, 비 구매주부들이 평균 3.25점으로 친환경농산물 구매주부들의 신뢰도가 높았다. 위의 친환경농산물 구매경험의 유·무에 따른 친환경농산물 인식차이를 통계적으로 검정하기 위해서 윌콕슨의 순위합검 결과 확률값은 95% 신뢰수준에서 0.05 이하인 항목은 친환경농산물 인증마크와 신뢰성에 대한 인식으로 나타나 두 항목은 통계적으로 친환경농산물 구매경험의 유·무에 따라서 인식차이가 있는 것으로 나타났다.

친환경농산물을 구매하지 않는 주부들의 향후 친환경농산물 구매의향에 관한 로지스틱 회귀분석 결과에서는 친환경농산물 구매에 영향을 미치는 변수는 친환경농산물 안전성에 대한 인식 정도(5%), 인증마크에 대한 인식 정도(5%)가 유의미한 변수로 나타났으며, 학력과 월평균 가계소득 변수는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 친환경농산물 구매에 영향을 미치는 인식 변수 중 첫째, 안전성에 대한 인식은  $\text{Exp}(0.825) = 2.282$ 로 친환경농산물 안전성에 대한 인식이 좋을수록 친환경농산물 구매 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 둘째, 인증마크에 대한 인식은  $\text{Exp}(0.6136) = 1.847$ 로 친환경농산물은 유기농산물, 무농약농산물, 저농약농산물로 구분하여 인증되고 시장에 유통되고 있는지를 정확하게 인지하는 정도가 친환경농산물 구매 가능성에 유의한 영향요인으로 작용하고, 인증마크 인지 정도가 높을수록 친환경농산물 구매 확률이 높아지는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 토대로 친환경농산물 소비 활성화를 위해 다음과 같은 제언을 할 수 있다. 첫째, 친환경농산물의 안전성에 대한 신뢰도를 높여야 할 것이다. 안전성은 친환경농산물의 차별화시키는 가장 중요한 속성이기 때문이다. 둘째, 친환경농산물의 구매 편의성과 함께 제품구별이 용이하도록 해야 할 것이다. 친환경 농산물의 품목을 다양화하고, 제품포장 및 디자인을 개선하여 소비자의 구매확대를 유도할 필요가 있다. 셋째, 고객차별화와 함께 다양한 친환경농식품을 개발해야 할 것이다. 다양한 소비계층의 욕구를 충족시키고 친환경농산물시장을 확대하기 위해서는 가공식품의 개발이 중요하기 때문이다. 넷째, 친환경농산물의 인증마크 기준 및 제도를 강화해야 할 것이다. 소비자의 친환경농산물에 대한 신뢰는 구입 장소가 아니라 인증마크로 인지되어야 할 것이다. 인증제도가 확고하게 구축되면 어디에서 구매하든지 믿을 수 있는 친환경농산물을 구입할 수 있기 때문이다. 끝으로, 친환경농산물의 소비 증가추세에 대응하고 친환경농업의 영역을 확장하기 위하여 친환경농식품 연관산업의 육성에도 노력을 기울여야 할 것이다.

[논문접수일 : 2011. 3. 10. 논문수정일 : 2011. 6. 10. 최종논문접수일 : 2010. 6. 24]

## 참 고 문 헌

1. 강창용·정은미. 1999. 친환경농산물의 생산과 소비행태 분석. 농촌경제 (22)4: 61-74.
2. 김태영. 2010. 6. 대구광역시 가정주부들의 친환경농산물 소비행태분석. 경북대학교 석사학위논문.
3. 고정숙. 2007. 소비자의 친환경농산물 구매행동 연구. 서울대학교 박사학위논문.
4. 김창길·이용선·이상건. 2008. 친환경농산물의 소비성향과 마케팅 전략. 세계 식품과 농업학회지.
5. 김호. 2010. 유기농산물유통 실태분석과 발전 방향. 한국유기농학회지 18(4): 489-509.
6. 김호·허승욱·이지은. 2010. 친환경농산물 소비자의 소비 및 의식실태에 대한 분석과 마케팅전략 수립에 대한 시사점. 식품유통연구 27(3): 43-62.
7. 노채영·안병렬. 2005. 소비자의 친환경농산물 구매확대 결정요인 분석. 대한가족 자원경영학회지 (9): 1-15.
8. 노형진. 2001. 한글 SPSS10.0에 의한 조사방법 및 통계분석. 형설출판사.
9. 농림수산식품부. 2011. 친환경농업과, 제3차 친환경농업육성 5개년 계획.
10. 박준근 외 5인. 2003. Food For Man. 전남대학교 출판부.
11. 신철노·김진석. 2008. 소비자 친환경농산물 구매형태 조사연구. 농업생명과학연구 (42)1: 77-91.
12. 신황호. 2008. 친환경 쌀 유통실태분석과 발전 방향. 순천대학교 석사학위논문.
13. 유덕기. 2010. 유기농식품 소매유통시장의 환경지속성 경영연구. 한국유기농업학회지 18(1): 21-40.
14. 유진채·공기서·여순식·서명철. 유기농업의 공익기능에 대한 경제적 가치 평가. 한국유기농업학회지 18(3): 291-313.
15. 정재익. 2009. 친환경농산물 생산자의 인식도에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
16. 전태갑. 2005. 농산물 유통론. 전남대학교 출판부.
17. 통계청. (www.kostat.go.kr). 농업총조사(2006).
18. 황창주. 2009. 친환경농산물 구매결정과 활성화 방안에 관한 연구. 한서대학교 박사학위논문.
19. 황재현. 2009. 친환경유기농산물 생산 유통 소비시장 현황 분석-가격경쟁력 제고 방안을 중심으로-. 한국유기농업학회지 17(3): 327-345.
20. 허승욱·김호. 2010. 친환경농산물 소비의 속성별 만족도 및 요인 분석. 한국유기농업학회지 18(1): 41-55.