

안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의사 및 구매결정요인

전영길
한경대학교 경영학과

A Study of Consumer Purchase Decision and Determinants of Local Food in Anseong

Young-Gil Jeon
Department of Management, Hankyong National University

요약 본 연구는 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매를 결정짓는 주요 요인을 발굴함으로써 향후 안성지역 푸드정책 수립 및 안성 로컬푸드 활성화를 위한 기초정보를 제공하고자 수행되었다. 먼저 안성 로컬푸드를 이용해 본 경험이 있고 안성에 거주하고 있는 20세 이상 여성을 대상으로 설문조사를 실시하여 로컬푸드에 대한 소비자 구매유발 속성을 도출하였다. 도출된 7가지 속성 “우수한 품질”, “안전성”, “건강에 좋음”, “지역경제활성화”, “저렴한 가격”, “접근성”, “다양한 품목” 중에 안성 로컬푸드 소비자 구매의향을 결정짓는 주요 요인을 찾아내고자 로지스틱회귀분석을 수행하였다. 분석결과 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매결정에 가장 영향을 주는 속성은 “우수한 품질”과 “저렴한 가격”이었으며, 그 다음으로 “접근성”과 “지역경제활성화”인 것으로 조사되었다.

주제어 : 로컬푸드, 구매의사, 구매결정, 로짓모형, 프로빗모형

Abstract This study was conducted to provide basic information for future Anseong local food policy and local food activation by finding the key factor determining consumer purchasing for Anseong local food. First, we conducted a survey and derived consumer purchasing attributes for the local food. Logistic regression analysis was performed to find the main factors that determine the consumers' purchase intention for Anseong local food out of such seven attributes as 'excellent quality', 'safety', 'good for health', 'activation of local economy', 'low price', 'accessibility', 'variety of items'. The results showed that the most influencing attributes on consumers' purchase decisions for Anseong local food were 'excellent quality' and 'low price' followed by 'accessibility' and 'activation of local economy'.

Key Words : Local Food, Purchase Decision, Purchase Determinants, Logit model, Probit model

1. 서론

건강한 먹거리에 대한 사회적 수요가 점점 높아지고

있는 가운데, 양적·질적 먹거리의 보장에 대한 사회적 논의와 지역적 대응이 갈수록 확산되고 있다. 또한 도시적 수요 확산으로 농업·농촌을 바라보는 사회적 관심이

* 본 연구는 한경대학교 2016년도 학술연구조성비의 지원에 의한 것임

Received 25 September 2016, Revised 31 October 2016
Accepted 20 November 2016, Published 28 November 2016
Corresponding Author: Young-Gil Jeon
(Department of Management, Hankyong National University)
Email: jeonygp@hknu.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

높아지고 있으며, 식품사고와 먹거리 불신이 커지며 강한 먹거리에 대한 소비자의 수요 및 요구가 증가하고 있는 추세이다. 이러한 추세에 따라 일본의 지산지소¹⁾와 미국의 CSA²⁾와 같이 로컬푸드는 건강하고 안전한 먹거리 공급을 위한 직매장과 직거래 등 로컬푸드 활동이 전국적으로 확대되고 있으며, 지역 먹거리를 위한 지역사회 먹거리 체계에 대한 사회적 가치와 인식이 확대되고 있다.

2015년 2월 기준 전국적으로 74개의 로컬푸드 직매장이 운영 중에 있다.³⁾[1] 현재 안성에도 지역 푸드정책의 일환으로 로컬푸드 직매장 두 곳을 운영 중에 있으며 타 지역에서도 이를 벤치마킹 하는 등 성공적인 우수사례로 인정받고 있다. 하지만 향후 안성 로컬푸드에 대한 소비를 더욱 활성화시키기 위해서는 먼저 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의사에 대한 정확한 조사와 분석이 선행되어야 하며, 안성 로컬푸드의 내·외적 요인이 소비자들의 로컬푸드 구매의향에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 연구가 이루어져야 한다. 물론 로컬푸드의 기본개념은 동일하겠지만 지역특성에 따른 차이가 존재하므로 로컬푸드 연구에 있어서 지역특성을 고려한 차별화된 연구가 요구되는 시점이다.

따라서 본 연구는 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의사를 파악해보고 구매의향에 결정적으로 영향을 주는 주요 요인을 발굴하고자 수행되었으며, 특히 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의향을 결정짓는 주요 요인을 발굴함으로써 향후 안성지역 푸드정책 수립 및 안성 로컬푸드 활성화를 위한 기초정보를 제공하고자 한다.

2. 기존연구

본 연구를 수행하기에 앞서 로컬푸드(먹거리) 관련 연구 및 구매결정요인 관련 선행연구를 하였으며, 로짓모형과 프로빗모형 관련 선행연구를 하였다.

첫째, 로컬푸드(먹거리) 관련 연구의 유형을 살펴보면 홍병철[2], 김효정[3], 백승우·김수현[4], 정인경·김영·김현철[5], 김종화[6], 김순환[7] 등은 로컬푸드에 대

하여 소비자 중심으로 연구하였고, 나영삼[8]은 지역농업과 로컬푸드 정책에 대하여 연구하였다.

홍병철[2]의 “소비자 분석을 통한 로컬푸드 활성화 방안 연구 : 충북 단양군 지역을 중심으로”는 충북 단양군 지역을 중심으로 로컬푸드 활성화와 관련한 소비자 특성을 고찰하였다. 특히 소비자 설문조사를 통해 단양지역 로컬푸드의 문제점을 파악하고 실증분석을 실시하여 단양 로컬푸드 활성화방안을 제시하였다.

김효정[3]의 “로컬푸드 직매장을 중심으로 한 생산자와 소비자의 연계 특성 : 용진면과 효자동 직매장을 사례로”는 전주시를 중심으로 생산자와 소비자의 특성을 분석하였다.

백승우·김수현[4]의 “로컬푸드 직매장 소비자의 쇼핑동기와 만족도 분석”은 로컬푸드 직매장을 이용하는 소비자들을 대상으로 로컬푸드에 대한 만족도와 특성을 연구하였다. 특히 로컬푸드 매장 이용동기를 5가지 요인으로 구분하여 각각의 쇼핑동기가 매장이용 후 만족도에 미치는 영향을 확인하였다. 결과적으로 소비자는 안전하고 건강한 농산물을 저렴한 가격에 구매하고자하는 욕구가 강한데 로컬푸드 시스템이 이러한 소비자 욕구를 만족시키는 것으로 조사되었다.

정인경·김영·김현철[5]의 “로컬푸드 소비에 대한 인식과 만족 : 로컬푸드 소비활성화 및 비활성화 지역간 차이를 중심으로”는 학교급식에의 로컬푸드 이용실태를 조사 및 분석하여 학교급식에의 로컬푸드 활용에 대한 전망 및 개선점을 제시하였다.

김종화[6]의 “로컬푸드 직매장의 소비자 구매요인 및 유형별 차이 연구”는 소비자의 구매행동을 면밀하게 파악하기 위해 먼저 계획적 행동이론에 근거하여 직매장에서의 소비자 구매의사를 파악한 후 직매장 유형에 따라 소비자의 만족도와 신뢰도의 차이를 분석하였다.

김순환[7]의 “로컬푸드 쌀에 대한 소비자 선호분석 : 청주시 소비자를 대상으로 선택실험법을 적용하여”는 로컬푸드의 특제품목인 쌀의 주요 구매 속성에 대한 소비자들의 인식 및 선호도를 파악하여, 로컬푸드 쌀 생산자와 정책수행자에게 필요한 소비자 마케팅 측면의 기초정보를 제공하였다.

나영삼[8]의 “로컬푸드를 이용한 지역농업 활성화 방안 연구 : 완주군 사례를 중심으로”는 전북 완주군 사례를 중심으로 지역농업 활성화와 로컬푸드 정책을 고찰하

1) 그 지역에서 생산된 농산물은 그 지역에서 소비한다는 의미를 담고 있는 운동
 2) 지역사회 지원형 농업(Community Supported Agriculture)
 3) 농림축산식품부 정책자료

였다. 특히 지속가능성을 위협받는 지역농업 활성화의 구체적인 한 방안으로 로컬푸드(Local Food)를 다루었으며, 총체적 위기에 직면한 한국농업과 농촌의 위기극복 실천대안으로 대두되고 있는 것이 지역제철먹을거리의 기획생산과 직거래 소비라고 주장하였다.

둘째, 구매결정요인 관련 연구로는 정지혜[9], 장운봉[10], 김경호[11] 등이 있다.

정지혜[9]의 “해외명품화장품 소비자의 구매행동 및 구매결정요인에 대한 연구”는 연령과 사회계층에 따른 백화점 해외명품화장품 소비자의 구매행동 특성을 조사하는 것을 목적으로 소비자의 구매행동 특성과 구매행동에 영향을 미치는 요인을 조사하였다.

장운봉[10]의 “중국 소비자들의 한국 자동차 구매결정요인에 관한 연구 : 제도적 동형화 관점으로”는 제도적 동형화와 기업이미지와 구매결정에 미치는 영향에 대해서 중점적인 사안들을 조사하고 파악하며 제도적 동형화를 강압적 요인, 모방적 요인, 규범적 요인, 경제적 요인 별로 분석한 후 기업이미지를 적용시켜 구매결정에 어떤 영향을 미치는가를 분석하였다.

김경호[11]의 “소비자 특성에 따른 골프용품 구매결정요인 및 재구매 의도 분석”은 골프용품 소비자가 골프용품 구매결정에 있어서 소비자의 주요 특성에 따라 구매결정 요인들이 어떻게 다른지 또한 골프용품 재구매 의도는 어떤지 분석하였다.

셋째, 로جت모형과 프로빗모형에 관련한 연구로는 Maddala[12], 조재환·김태균[13], Greene[14] 등이 있으며, 요인분석과 관련한 연구로는 임명성[15], 이혜경·신은희·김연경[16], 김경일[17], 김경일·박지영[18], 양애성[19], 장애경[20], 박다희·장은희[21], 박진경[22] 등이 있다.

본 논문은 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의향을 결정짓는 주요 요인을 발굴하여 안성지역 로컬푸드에 대한 소비자 니즈를 정확하게 파악하고자 하였다.

3. 안성 로컬푸드 소비자 구매결정에 대한 요인분석

3.1 자료수집 및 기초통계량

연구의 특성상 로컬푸드를 이용해 본 경험이 있는 대

상을 조사범위로 제한하였으며, 로컬푸드 직매장을 찾은 고객 중 안성에 거주하는 20세 이상 여성을 대상으로 2016년 5월 20일부터 29일까지 열흘간 설문조사를 실시하였다. 전체 조사 대상자는 202명이었으며, 그 중 유효하지 않은 설문지 4부를 제외한 198명을 분석에 활용하였다. 분석은 Editing-Coding-Key·in-Programming 과정을 거쳐 통계패키지인 SAS 9.3(SAS Institute Inc.[23]) 및 Excel 2010으로 분석하였다.

조사 대상자 연령(<Table 1>참조) 및 직업유무(<Table 2>참조), 결혼유무(<Table 3>참조)에 대한 기초통계량은 다음과 같다.

<Table 1> Age distribution of subjects

Categories	N	Percent(%)
20-29	16	8.1
30-39	42	21.2
40-49	72	36.4
≥50	68	34.3
Total	198	100.0

<Table 2> Job status distribution of subjects

Categories	N	Percent(%)
Employed	53	26.8
Unemployed	145	73.2
Total	198	100.0

<Table 3> Marital status distribution of subjects

Categories	N	Percent(%)
Married	167	84.3
Single	31	15.7
Total	198	100.0

3.2 안성 로컬푸드 소비자 구매속성

본 연구의 주요 목표는 안성 로컬푸드 소비자가 로컬푸드 구매를 결정하는 주요 요인을 발굴하는 것이다. 따라서 로컬푸드 구매를 유발하는 속성을 파악하는 것이 중요하다. 이를 위해 로컬푸드 구매유발속성 및 구매결정속성 관련 선행연구를 진행하였으며, 추가적으로 로컬푸드의 긍정적인(좋은) 이미지와 로컬푸드의 부정적인(안좋은) 이미지를 분석하였다.

첫째, 로컬푸드의 좋은(긍정적인) 이미지에 대한 질문에 “우수한 품질”이 61명(30.8%)로 가장 많았다. 이는 로컬푸드가 유통과정을 생략하고 당일 생산하여 판매까지 이루어지므로 신선하고 품질이 우수할 것이라는 소비자 인식이 반영된 결과이다. 그 다음으로 “저렴한 가격”이 53명(26.8%), “지역경제활성화”가 41명(20.7%)으로 많은 것으로 조사되었다. 즉 유통비용 절약으로 로컬푸드의 가격이 저렴한 것이라는 소비자 인식을 반영하는 것이며, 이러한 로컬푸드 이용이 지역농민에게 도움을 줄 수 있다고 생각하는 것으로 나타났다(<Table 4>참조).

<Table 4> Good image of Local Food

Variables	N	Percent(%)
Excellent quality	61	30.8
Safety	28	14.1
Good for health	15	7.6
Activation of local economy	41	20.7
Low price	53	26.8
Total	198	100.0

둘째, 기존의 로컬푸드가 갖고 있는 긍정적인 이미지와 반대로 로컬푸드의 개선점을 묻는 질문에 “접근성”이란 응답이 91명(46%)으로 가장 많았다. 이는 소비자가 접근 편의성이 뛰어난 근거리 직매장을 중요한 요인으로 보고 있음을 의미한다. 그 다음으로 “다양한 품목”이 45명(22.7%), “직거래장터 운영”이 37명(18.7%) 순으로 많은 것으로 조사되었다. 이는 소비자가 로컬푸드에서 취급하는 품목의 다양성을 요구하고 있으며, 농민이 직접 운영하는 밭고 구입할 수 있는 직거래시스템을 원하는 것을 의미한다(<Table 5>참조).

<Table 5> Improvement

Variables	N	Percent(%)
Expand the direct sales	25	12.6
Accessibility	91	46.0
Variety of items	45	22.7
Farmers' market	37	18.7
Total	198	100.0

앞서 이루어진 설문조사 및 분석을 통해 안성 로컬푸

드에 대한 소비자 구매를 유발하는 속성으로 다음 7가지를 도출하였다. “우수한 품질”, “안전성”, “건강에 좋음”, “지역경제활성화”, “저렴한 가격”, “접근성”, “다양한 품목” 이렇게 도출된 7가지 속성을 이용하여 다음 연구모형을 설정하고 로지스틱회귀분석을 수행하였다.

3.3 연구모형

본 연구는 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매결정에 영향을 주는 주요 요인을 분석하는 것이 목적이다. 이러한 분석을 위해서는 로짓모형(logit model) 또는 프로빗모형(probit model)이 이용될 수 있으며, 이들 모형의 도출과정은 다음과 같이 설명된다(Maddala[12], 조재환·김태균[13], Greene[14]).

$$y_i^* = \beta x_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

y_i^* 는 i 번째 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의향을 나타내는 변수이며, y_i^* 가 어떤 수준 이상에서는 선택항 범주인 “구매의향 있음”을 나타낸다. x_i 는 구매유발요인의 특성변수들로 구성된 벡터이며, β 는 추정해야 할 계수벡터이다. ε_i 는 불확실한 잔차항을 나타낸다.

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{if } y_i^* = \beta x_i + \varepsilon_i > 0 \\ 0 & \text{otherwise} \end{cases} \quad (2)$$

식 (2)에서 y_i^* 를 이분형으로 구분 짓는 기준을 0으로 보고, $y_i^* > 0$ 일 때는 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의향이 있음($y_i = 1$)을 나타내게 된다.

$$\begin{aligned} \text{Prob}(y_i = 1|x_i) &= \text{Prob}(y_i^* > 0|x_i) \\ &= \text{Prob}(\beta x_i + \varepsilon_i > 0) \\ &= \text{Prob}(\varepsilon_i < \beta x_i) \\ &= F(\beta x_i) = p_i \end{aligned} \quad (3)$$

위의 식 (3)에서 $F(\cdot)$ 는 누적확률분포함수이며, $\text{Pr}[\cdot]$ 은 확률함수이다. 여기에서 ε_i 의 분포가 로지스틱분포(logistic distribution)를 따른다고 가정할 경우 확률함수는 로짓모형(logit model)이 되며, 표준정규분포(standard normal distribution)를 따른다고 가정할 경우 프로빗모형(probit model)이 된다(Greene[14]).

분석모형의 계수를 추정함에 있어서 잔차항 ε_i 에 대한 분포가정을 이용한 최대우도법(MLE : Maximum Likelihood Estimation)을 사용하여 추정하고자 하며, 로 그우도함수는 아래 식 (4)와 같이 나타낼 수 있다.

$$\ln L(\beta) = \sum_{i=1}^n (y_i \ln F(\beta x_i) + (1 - y_i) \ln (1 - F(\beta x_i))) \quad (4)$$

3.4 로지스틱회귀모형 분석

로지스틱모형을 활용한 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의향을 추정한 결과 Likelihood Ratio값이 61.43으로 1% 유의수준에서 통계적으로 매우 유의하므로 연구모형의 모든 계수가 0이라는 귀무가설을 기각할 수 있으며, 이것은 분석모형이 통계적인 의미를 가진다고 판단할 수 있다.

로지스틱모형으로부터 추정된 추정계수 중에서 “우수한 품질”은 1% 유의수준에서 통계적으로 매우 유의한 것으로 나타났으며, “저렴한 가격”은 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 또한 “접근성”과 “지역경제활성화”는 10% 유의수준에서 통계적으로 유의하였다(<Table 6>참조).

<Table 6> Logistic Model Analysis Result

Variables	Coefficient Estimate	Standard Error	P-Value
Constant	-5.889	2.628	0.025
Excellent quality	0.563***	0.218	0.006
Safety	0.361	0.310	0.243
Good for health	0.231	0.340	0.497
Activation of local economy	0.417*	0.210	0.080
Low price	0.498**	0.380	0.033
Accessibility	0.435*	0.339	0.067
Variety of items	0.323	0.366	0.378

loglikelihood ratio: 61.43***

***Note: significant 1%

**Note: significant 5%

*Note: significant 10%

즉 로지스틱회귀모형을 이용한 분석결과 안성 로컬푸드 소비자가 구매를 결정하는데 영향을 줄 수 있는 중요한 요인은 “우수한 품질”, “저렴한 가격”, “접근성”, “지역경제활성화”인 것으로 분석되었다.

또한 “우수한 품질”, “저렴한 가격”, “접근성”, “지역경

제활성화”의 모든 추정계수는 (+)부호로 분석되었으며 (<Table 6>참조) 이를 해석하면 다음과 같다. 품질이 우수할수록 소비자 구매의향이 높아지고, 가격이 저렴할수록 소비자 구매의향이 높아짐을 의미한다. 또한 접근성이 좋을수록 소비자 구매의향이 높아지고, 지역경제활성화에 도움이 된다는 의식이 많아질수록 소비자 구매의향이 높아짐을 알 수 있었다.

4. 결론 : 요약 및 시사점

건강하고 안전한 먹거리를 저렴한 가격에 구매하려는 소비자가 늘어나면서 각 지역별로 로컬푸드 관련 소비자 니즈를 반영하려는 노력들이 다각도로 진행되고 있다. 이러한 시대적 흐름에 발맞추어 본 연구는 향후 안성 로컬푸드 소비 활성화를 위한 안성 로컬푸드의 나아갈 방향을 모색해 보았다. 첫째, 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의사에 대한 정확한 조사가 진행되었고, 둘째, 도출된 안성 로컬푸드에 대한 내·외적 요인이 소비자들의 로컬푸드 구매결정에 직접적으로 어떠한 영향을 미치는가에 대한 분석이 이루어졌다.

본 연구의 구체적인 목표는 안성 로컬푸드 소비자가 로컬푸드 구매를 결정하는 데 결정적으로 영향을 줄 수 있는 주요 요인을 발굴하는 것이다. 먼저 로컬푸드 구매를 유발하는 속성을 파악하는 것이 중요한데 로컬푸드 소비자 구매유발속성을 도출하기 위해 관련 선행연구를 실시하였으며, 추가적으로 로컬푸드에 대한 긍정적인 이미지와 부정적인 이미지에 대하여 분석하였다. 분석결과 7가지 구매유발속성인 “우수한 품질”, “안전성”, “건강에 좋음”, “지역경제활성화”, “저렴한 가격”, “접근성”, “다양한 품목”이 도출되었고 이 속성들을 이용하여 로지스틱 회귀분석을 수행하였다.

로지스틱회귀분석을 수행한 결과 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매결정에 가장 영향을 주는 주요 요인은 “우수한 품질”과 “저렴한 가격”인 것으로 나타났다. 이는 당연한 결과로 판단되지만 이를 해석해 보면 근거리에서 당일 생산하여 판매되는 로컬푸드는 특성상 신선할 것이고, 유통비용 절감으로 가격이 저렴할 것이라는 소비자 기대심리를 그대로 반영하는 것이라 하겠다.

다음으로 7가지 구매유발속성 중 “접근성”과 “지역경

제활성화”가 주요 요인으로 도출되었는데 이는 무엇보다 로컬푸드에 대한 소비자 접근성이 매우 중요하다는 소비자 니즈가 반영된 것인데 소비자 접근성을 높이기 위해서는 로컬푸드 직매장의 수를 확대하고 생산자가 직접 판매할 수 있는 직거래장터 운영을 확대해야 한다. 또한 로컬푸드 소비가 지역경제활성화, 즉 지역농민에 도움을 줄 수 있다는 소비자 인식이 반영되어 있다고 판단된다.

본 연구는 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매를 결정짓는 주요 요인으로 다음 4가지 속성 “우수한 품질”, “저렴한 가격”, “접근성”, “지역경제활성화”를 발굴하였다. 즉 소비자는 품질이 우수하고 가격이 저렴한 로컬푸드를 쉽게 구매할 수 있다면 지역경제활성화를 위해서라도 로컬푸드 구매의향이 있는 것으로 분석되었다.

또한 안성 로컬푸드에 대한 소비자 구매의사 및 구매결정요인 연구의 결과를 반영하여 수요자 지향적인 상품을 생산한다면 농가소득증대를 기대해 볼 수 있으며, 안성 로컬푸드 소비확대를 통한 안성 지역농업의 활성화를 도모할 수 있을 것이다. 더불어 안성지역 맞춤형 푸드플랜 정책 마련에 참고자료로 활용이 가능할 것이다.

향후 안성지역 맞춤형 로컬푸드 및 지역농업 활성화, 푸드플랜 정책마련을 위해서는 생산자특성과 소비자특성을 연계한 체계적인 연구가 이루어져야 함을 제언한다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by a research grant from Hankyong National University in the year of 2016.

REFERENCE

- [1] Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs: <http://www.mafra.co.kr>.
- [2] B. C. Hong, “A Study on the Activate of Local Food through the Customer Analysis - Focused on Danyang-gun, Chungbuk”, Gacheon University. 2015.
- [3] H. J. Kim, “Characteristics of linkage between the producer and consumer in local food direct stores : the examples of Yongin & Hyoja direct stores”, Jeonbuk University. 2014.
- [4] S. W. Back, “Shopping Motives and Customer Satisfaction in the Local Food Store”, Vol. 30, No. 2, pp. 47-66, 2013.
- [5] E. K. Jeong, “Perception and Satisfaction of Local Food Consumption”, Vol. 15, No. 49, pp. 197-218, 2012.
- [6] J. H. Kim, “A Study on Consumer Purchasing Factor and Type Differences in Local Food Farmer’s Market”, Vol. 32, No. 1, 2015.
- [7] S. H. Kim, “An Analysis of Consumer Preferences for Locally Grown Rice : Application of Choice Experiment to Consumers in Cheongju”, Chungbuk University. 2015.
- [8] Young-Sam Na, “A Study on Activation of Regional Agriculture Using Local Food : based on case study of Wanju-gun, jeollabuk-do”, Jeonbuk University. 2011.
- [9] J. H. Jeong, “A Study on the Purchasing Behavior and Purchase Determinants of Luxury Cosmetics Consumers”, Sangmyong University. 2015.
- [10] W. B. Jang, “The Institutional Isomorphism and Chinese Consumers’ purchase decision”, Busan University. 2016.
- [11] K. H. Kim, “Analysis on Purchase Determinants and Repurchase Intention of Golf Equipment according to Consumer Characteristics”, Hansin University. 2016.
- [12] Maddala, G.S., “Limited-Dependent and Qualitative Variables in Econometrics”, Cambridge University. 1983.
- [13] J. H. Jo, “An Analysis of Producers’ Participation in Allied Brand of Agricultural Products”, Vol. 34, No. 3, pp. 601-613, 2007.
- [14] Greene, W.H., “Econometric Analysis, 6th edition”, Prentice Hall Inc., New Jersey. 2008.
- [15] M. S. Yim, “A Convergence of Technology and Service of MyMusicTaste : The Success Factors for Online Platform Service Innovation”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 5, No. 4, pp. 87-92, 2014.
- [16] H. K. Lee, E. H. Shin, Y. K. Kim, “Converged Influencing Factors on the Stages of Change of

- Exercise in Middle Aged Women”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 5, pp. 187-197, 2015.
- [17] K. I. Kim, “Causes Analysis of Increasing Revocation for IMS Certification in Small and Medium-sized Enterprises”, Convergence Society for SMB, Vol. 2, No. 2, pp. 7-12, 2012.
- [18] K. I. Kim, J. Y. Park, “Cultural Differences impact on the ERP System Implementation”, Convergence Society for SMB, Vol. 6, No. 2, pp. 1-9, 2016.
- [19] S. A. Yang, “Convergence Analysis of the Factors Influencing Terminal Care Attitude”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 4, pp. 73-88, 2015.
- [20] K. A. Jang, “Factors Affecting Clinical Competency of Dental Hygiene Students”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 35-42, 2015.
- [21] D. H. Park, E. H. Jang, “Convergence Factors Related to Glycemic Control in Workers with Diabetes Mellitus : using the Korean National Health and Nutrition Examination Survey, 2009-2013”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 95-103, 2015.
- [22] J. K. Park, “Convergence factors among their physical state, function and activities influencing on the cognition of elderly residents in a community”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 153-162, 2015.
- [23] SAS Institute Inc., “SAS/STAT 9.3 User’s Guide”, Cary, NC, USA. 2008.

전 영 길(Jeon, Young gil)



- 1986년 2월 : 충북대학교 농업경제학과(경제학석사)
- 1996년 2월 : 충북대학교 농업경제학과(경제학박사)
- 1990년 3월 ~ 현재 : 한경대학교 경영학과 교수
- 관심분야 : 유통, 미래학
- E-Mail : jeonygp@hknu.ac.kr