

외식마케팅을 위한 소비자의 지각된 편익과 만족과의 관계 -유기농 식품을 중심으로-

A Study of the Relationship between Consumers' Perceived Benefits and Satisfactions for Foodservice Marketing -Focusing on Organic foods-

강신영*, 김경배**, 서보원***

우송정보대학교 글로벌호텔외식과*, 광운대학교 정보과학교육원 호텔외식전공**,
경희사이버대학교 외식조리경영학과***

Shin-Young Kang(sykang@wsi.ac.kr)*, Kyoung-Bae Kim(kkb@kw.ac.kr)**,
Bo-Won Suh(bowonsuh@gmail.com)***

요약

웰빙과 유기농식품에 대한 관심이 증가됨에 따라 유기농식품의 시장도 지속적으로 성장하고 있다. 이에, 외식시장에서의 유기농식품에 대한 연구가 꾸준히 진행되어 오고 있으나 대부분의 연구는 유기농식품의 영양학적 분야에 대한 연구가 주를 이루고 있다. 이에 본 연구는 소비자가 인지하는 유기농 식품의 편익과 만족도 연구를 위해 서울의 백화점 및 마트 일대에서 편의표본추출방법으로 314부를 설문하여 최종 분석을 하였으며, 특히 고연령층과 저연령층으로 구분하여 연령별로 인지하는 편익과 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 연구 결과 신체적, 지역적 편익은 저연령 및 고연령층 모두 만족도에 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었고, 감각적 편익은 저연령층에는 만족도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 가계경제적 편익의 경우는 고연령층의 유기농식품 만족도에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 연령의 그룹에 따라 유기농식품 구매를 통한 편익이 만족도에 미치는 영향을 분석하여 점차 확대되어가고 있는 유기농식품 시장의 마케팅 시장을 세분화하고 전략의 방향을 결정하는데 기여할 수 있다.

■ 중심어 : | 유기농식품의 편익 | 유기농식품 구매 만족 | 연령별 차이 | 유기농식품 소비자 | 외식마케팅 |

Abstract

With increasing numbers of consumers' concerned about their health and well-being life, interest in organic food has increased. Although there are some studies related to organic food in Korea, most organic food research has been in field of nutrition of organic food. This study aimed to find the relationship between consumers' perceived benefits and satisfactions towards organic food and to compare differences amongst ages. As the results, physical benefit and social benefit were found to have a positively significant influence on both young and old age groups' satisfaction toward organic food. Sensory benefit had a negatively influence on young age group's satisfaction, however, it was not found to have a significant influence on old age groups' satisfaction. Family economic benefit had a negatively influence on old age group's satisfaction, in contrast, family economic benefit was not found to have a significant influence on young age groups' satisfaction about organic food. Thus, the result indicated that there were significant differences between young and old age groups.

■ keyword : | Organic Foods Consumers' Perceived Benefits | Organic Foods Consumers' Satisfaction | Differences of Ages | Organic Foods Consumer | Foodservice Marketing |

접수일자 : 2017년 11월 14일

수정일자 : 2018년 01월 04일

심사완료일 : 2018년 01월 29일

교신저자 : 김경배, e-mail : kkb@kw.ac.kr

I. 서론

국내의 유기농식품은 친환경 농산물의 한 종류로 건강식품에 대한 관심의 증가에 따라 친환경농산물의 생산은 2016년~2017년 사이 연평균 24% 이상의 증가속도를 보이고 있다[1]. 최근, 국내 친환경농산물 시장 총규모는 약 3조 2,602억 원으로, 이중 유기농 16.5%(5,364억 원), 저농약 35.6%(1조 1,611억 원), 무농약 47.9%(1조 5,627억 원)으로 유기농산물이 가장 적은 비중을 차지하고 있다[1]. 유기농산물 및 유기농식품과 관련한 선행 연구를 살펴보면 유기농산물의 유기물과 비타민 함량에 대한 연구[2], 유기농 배추의 영양과 성분 함량에 대한 연구[3], 유기농 포도주의 품질특성에 대한 비교 연구[4] 등 과거에는 주로 영양학이나 품질적인 측면에서 이루어졌으며, 최근 유기농 쇠고기에 대한 소비의도 연구[5], 유기농식품과 유전자재조합 식품의 소비자태도와 구매행동 비교분석[6], 과거 경험에 따른 소비자의 유기농 식품 구매행동에 대한 연구[7], 유기농 식품 시장과 소비자의 관계에 대한 연구[8]등 유기농 식품과 소비자 행동에 관한 연구가 수행되고 있는 것을 볼 수 있다. 김경희, 박덕병(2011)은 녹차 소비자의 편익과 만족 및 충성도와의 관계를 분석하며, 판매자는 소비자가 얻을 수 있는 편익을 강조하였는데[9], 이러한 소비자의 구매행동의 주요 이유가 되는 편익과 구매 이후 만족도와의 관계에 대한 연구는 매우 시기적절하다 하다고 볼 수 있다[32][33]. Matthews et al.(2010)은 여러 인구통계학적 변수 중 연령은 소비자 행동 차이에 중요한 영향을 미친다고 하였으며[10], Wansink(2003) 또한 소비자의 식품과 관련한 인식 및 선호도에 연령이 중요한 영향을 미친다고 하였다[11][19-22].

이에 본 연구에서는 국내 소비자의 유기농식품 구매에 대한 지각된 편익과 관련한 여러 요인을 파악하고, 이러한 편익과 소비자의 유기농식품 구매 만족도와의 관계를 알아보고자 하며, 이와 함께 이러한 유기농식품에 대한 편익 및 만족과의 관계가 연령에 따라 어떠한 차이가 있는지 비교하여 파악하고자 한다. 본 연구의 연구결과는 유기농식품에 대한 소비자의 주요한 구매 이유 및 구매원인을 파악하고 이러한 원인과 구매 후

결과에 대한 관계를 밝힘으로써, 유기농식품 시장 관계자에게 소비자의 구매행동을 보다 더 정확하게 이해할 수 있는 정보를 제공하여 시장 관계자들이 소비자에게 맞는 적절한 전략을 수립하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 소비자의 지각된 편익 및 구매행동

유기농식품과 관련한 소비자의 편익 및 구매와 관련한 연구는 국내외 여러 학자들을 통해 진행되어 왔다. 이현주(2017)는 소비자가 식품을 소비하는 주요한 요인은 건강상의 혜택인 것으로 나타났으며[34], Chryssohoidis and Krystallis(2005)는 그리스 소비자를 대상으로 유기농식품 구매와 관련한 연구를 통해 응답자들이 유기농식품이 건강에 좋을 것이라는 인식을 가지고 있었다. 또한 이중 80% 이상이 유기농식품을 구매하게 되는 가장 중요한 이유는 ‘건강 관련 혜택’인 것으로 나타났다[12]. Harper and Makatouni(2002)는 유기농식품의 구매자와 유기농식품의 비구매자 사이의 유기농식품에 대한 인식 차이에 대한 연구에서 구매자의 유기농식품 구매결정의 주요 이유로 유기농식품의 건강에 대한 편익 때문인 것으로 나타났다[13]. 이탈리아 소비자를 대상으로 한 연구에서도 건강에 대한 편익이 유기농 식품의 구매결정에 영향을 미친 것으로 나타났다[14]. 유기농식품의 환경 및 지역적 편익 또한 소비자의 구매행동에 영향을 주는 것으로 나타났다. Saher et al. (2006)은 유기농식품과 유전자변형식품(Genetically modified food) 구매에 대한 인구통계학적 특성 및 인식의 영향 관계에 대한 연구를 통해 유기농식품의 무농약 혹은 저농약 특성이 환경보호에 긍정적인 것으로 인지되었으며, 이는 유기농식품 구매 결정에 영향을 미치는 것으로 나타났다[15]. 식품의 색, 식감, 냄새와 맛 등 식품을 섭취함으로써 소비자가 감각적으로 느낄 수 있는 느낌 또한 식품을 구매함으로써 얻을 수 있는 편익중 하나라 할 수 있으며, 이러한 느낌 또한 소비자의 식품에 대한 구매행동과 만족에 영향을 미치는 중요한 요인이라고

할 수 있겠다[16].

반면, 유기농식품에 대한 구매행동과 만족도에 부정적인 영향을 미치는 요인으로, Fotopoulos and Krystallis(2002)는 비싼 가격을 중요한 요인으로 밝혀냈으며[17], O'Donovan and McCarthy(2002)의 연구에서 가격이 낮춰질 때 구매 의향이 있는 것으로 나타났다[18]. 식품에 대한 소비자의 편익과 구매 후 만족사이의 관계를 조사한 연구, 특히 유기농식품과 관련하여 소비자의 편익과 만족의 영향관계를 파악한 연구는 많지 않다. 따라서 본 연구에서는 기타 식품과 관련한 편익 및 만족사이의 연구, 나아가 소비자의 편익과 만족사이의 관계를 알아보하고자 한다.

2. 소비자 행동과 연령 비교

유기농식품에 대한 소비자의 인식 및 구매행동을 연령을 중심으로 비교한 연구는 국내외에서도 한정적으로 진행되어 왔으며, 각종 식품에 대한 소비와 인식의 차이를 연령에 따라 비교한 연구는 소수에 의하여 수행되어 왔다. Wadołowska et al. (2009)의 폴란드인의 건강기능식품의 소비행동 연구는 연령대가 높아질수록 건강기능식품 소비와 삶의 질 향상을 고려하는 것으로 나타났다[19]. 온정, 김정희(2012)는 성인들의 연령별 건강기능식품 섭취실태를 조사에서, 연령이 낮을수록 건강기능식품 인식이 낮게 그리고, 높을수록 높게 나타났다[20]. 정혜경, 이해영(2011)의 10대~50대 이상의 건강기능식품 이용 실태연구에서도 연령대가 높아질수록 건강기능식품 섭취 비율이 높아지는 것으로 나타났다[21]. 반면, 김혜영 외6인(2011)은 유전자 재조합식품에 대한 소비자의 인식 수준을 평가하고, 이를 성별, 연령별로 구분하여 조사하였는데, 거의 모든 연령대에서 유전자 재조합식품에 대한 구입의사에 차이가 없는 것으로 나타났다[22]. 이밖에 김성용(2010)은 식품 소비 지출의 다양성과 관련한 변화 요인을 밝혀내고 이를 세대, 연령별로 분석하여 식품소비 다양성 변화와 생애주기패턴을 비교하여 평가하기도 하였다[23]. 본 연구에서는 소비자의 지각된 편익 및 만족과의 관계를 44세 이하와 45세 이상의 두 그룹으로 구분하여 이 두 연령 그룹에 따른 차이점을 파악하고자 한다.

장지연, 호정화(2002)에 따르면 국내에서 경제활동이 가장 왕성한 연령층은 25세~49세이며, 여성의 경우 평균 경제활동의 은퇴 연령은 47세라고 하였다. 또한 2014년 현재 대한민국의 중위연령은 40.2세로 이는 점차 높아지고 있는 추세인 것으로 나타났다[31]. 본 연구에서는 주 연구목적으로서 소비자의 지각된 편익 및 만족과의 관계를 연령에 따라 비교하고자 하며, 이에 앞선 선행연구 및 통계적 자료를 바탕으로 중위연령과 평균 은퇴 연령을 고려하여, 44세 이하와 45세 이상의 두 그룹으로 구분하여 이 두 연령 그룹에 따른 차이점을 파악하고자 한다.

III. 연구 방법

1. 연구 모형 및 가설

선행 연구를 통해 유기농식품의 구매요인은 건강에 대한 편익임이 밝혀졌다[12-14]. 본 연구에서는 이를 '신체적 편익'이라고 명명하고 연구가설 1을 설정하였다. **(H1: 유기농식품의 '신체적 편익'은 소비자의 유기농식품 구매에 대한 '만족도'에 유의한 영향을 미칠 것이다.)**

유기농식품의 인간 및 환경에 대한 친환경성은 여러 연구를 통해 밝혀졌다[15][24][25]. 이에 유기농식품이 환경 등에 영향을 미치는 점을 '지역적 편익'이라 하고 연구가설 2를 설정하였다. **(H2: 유기농식품의 '지역적 편익'은 소비자의 유기농식품 구매에 대한 '만족도'에 유의한 영향을 미칠 것이다.)**

소비자는 배고픔 해결할 뿐만 아니라, 식품의 식감, 맛, 냄새 등을 통해 감각적 만족을 추구한다[16]. 유기농식품 구매에서 색, 맛, 냄새 등 '감각적 편익'은 중요한 구매 요인이다[17], 이에 따라 연구가설 3이 설정되었다. **(H3: 유기농식품의 '감각적 편익'은 소비자의 유기농식품 구매에 대한 '만족도'에 유의한 영향을 미칠 것이다.)**

또한 유기농식품의 높은 가격은 구매에 부정적인 영향을 미치는 것이 밝혀졌다[17][18][26]. 본 연구에서는 유기농식품의 가격과 관련한 특성을 '가계 경제적 편익'

이라 명명하였고, 연구가설 4를 설정하였다. (H4: 유기농식품의 ‘가계 경제적 편익’은 소비자의 유기농식품 구매에 대한 ‘만족도’에 유의한 영향을 미칠 것이다.) 이처럼 본 연구는 신체적 편익, 지역적 편익, 감각적 편익, 가계 경제적 편익이라는 구매요인을 토대로 4개의 가설을 설정하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

설문지는 소비자들의 유기농식품에 대한 이해, 유기농식품에 대한 인식 및 유기농식품으로부터 얻게 되는 각종 편익, 유기농식품 구매와 관련한 만족도로구성되었다. 본 연구의 대상은 식품을 구매하는 성인 소비자로서 설문지 345부를 서울의 백화점 및 마트 일대에서 편의표본추출방법으로 배포하였고 314부가 최종 분석에 이용되었다. 수집된 자료 분석에는 SPSS 18.0이 사용되었고, 소비자들이 유기농식품에 대해 느끼는 편익과 관련한 요인을 추출하기 위해 요인 분석이 실시되었으며, 요인분석을 통해 추출된 변수들 사이의 영향관계의 유의성을 파악하고 관계를 설명하기 위하여 다중회귀분석이 실시되었다.

IV. 분석결과

1. 인구 통계적 특성

표 1. Demographic Characteristics

특성	구분	빈도 (N)	비율 (%)
성별	남	147	46.8
	여	167	53.2
연령	44세 이하	175	55.7
	44세 이상	139	44.3
학력	고등학교 졸업 이하	72	22.9
	대학교(재학) 졸업	188	59.9
	대학원(재학) 졸업	54	17.2
결혼	미혼	97	30.8
	기혼	206	65.6
	기타	11	3.5
소득 (월평균)	200만 원 이하	43	13.7
	201만 원 - 350만 원	76	24.2
	351만 원 - 500만 원	113	36.0
	501만 원 - 650만 원	38	12.1
	651만 원 이상	44	14.0
합계		314	100

[표 1]은 응답자의 인구통계적 특성을 보여준다. 44세 이하의 연령은 175명(55.7%), 45세 이상의 연령은 139명(44.3%)이며, 학력은 약 77%의 응답자가 대학(재학) 졸업 이상의 학력, 소득 수준은 351-500만원이 113명(36.0%)으로 가장 높은 비율을 차지하고 있다.

2. 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구는 연령 비교를 위해, 44세 이하와 45세 이상의 두 그룹 소비자들이 유기농식품에 대해 지각하는 편익과 관련한 요인을 추출하기 위해 베리맥스 회전방식에 의한 주성분 분석을 이용하여 [표 2]와 같이 요인분석을 실시하였다.

표 2. EFA and Reliability Analysis: under 44

요인	설문항목	요인 적재량	공통성	신뢰도	고유치	분산
감각적 편익	좋은 맛	.836	.767	.917	6.385	39.908
	부드러운 식감	.835	.779			
	좋은 향	.778	.765			
	신선함	.776	.731			
	선명한 색	.774	.731			
신체적 편익	건강 증진	.808	.736	.876	2.262	14.141
	식품 안전	.801	.676			
	독소 배출	.791	.755			
	피부 개선	.716	.695			
지역적 편익	환경 보호	.934	.882	.887	1.709	10.684
	국가 경제 발전	.916	.846			
	농촌 경제 발전	.834	.739			
가계 경제적 편익	비쌌	.871	.777	.673	1.264	7.902
	빨리 상해서 버림	.853	.776			
	양이 적음	.540	.375			

KMO = .855, Bartlett's test = 1722.645 (p = .000),

총 4개의 요인이 추출되어 ‘감각적 편익’, ‘신체적 편익’, ‘지역적 편익’, 그리고 ‘가계 경제적 편익’으로 명명되었으며, 요인들의 신뢰성 계수는 최고 .917(감각적 편익), 최저 .673(가계 경제적 편익)으로, 신뢰성 계수가 .6을 넘어 신뢰도가 확보되었다[28].

표 3. EFA and Reliability Analysis: over 44

요인	설문항목	요인 적재량	공통성	신뢰도	고유치	분산
감각적 편익	부드러운 식감	.883	.795	.918	5,613	35,079
	선명한 색	.875	.849			
	좋은 맛	.853	.819			
	좋은 향	.829	.771			
신체적 편익	신선함	.715	.642	.816	2,371	14,821
	독소 배출	.818	.751			
	식품 안전	.803	.716			
	건강증진	.690	.654			
지역적 편익	피부 개선	.666	.694	.868	2,226	13,910
	환경 보호	.939	.900			
	국가 경제 발전	.930	.874			
가계 경제적 편익	농촌 경제 발전	.712	.638	.793	1,622	10,137
	비쌌	.931	.876			
	빨리 상해 버림	.782	.672			
	양이 적음	.752	.607			

KMO = .739, Bartlett's test = 1596.466 (p = .000)

요인 분석 결과 총 4개의 요인이 추출되었고, 요인명은 '감각적 편익', '신체적 편익', '지역적 편익', 그리고 '가계 경제적 편익'으로 명명되었다. 요인들의 신뢰성 계수는 .6을 넘어 신뢰도가 확보되었다[28].

3. 연구가설의 검증

본 연구에서 제시된 연구모형에 대해 평가하고, 연구가설 검증 및 변수들 사이의 영향 관계를 규명하고자 다중회귀분석을 실시하였다.

표 4. Multiple Regression Analysis: under 44

종속변수	독립변수	회귀계수 (B)	표준오차 (SE)	t 값	β	유의확률 (P)
만족도	(상수)	1.832	.623	2.942		.004*
	감각적 편익	-.272	.124	-2.192	-.217	.004*
	신체적 편익	.490	.117	4.193	.395	.030*
	지역적 편익	.225	.073	3.072	.257	.000**
	가계 경제적 편익	-.061	.104	-.582	-.043	.561

R²=.427, 수정된 R²=.411, F=25.454, P=0.000

*p < 0.05, **p < 0.001

44세 이하 응답자를 대상으로 4개의 '편익'요인과 '만족도' 간의 영향 관계를 검증하였다. [표 4]에서 나타나

는 것과 같이, 수정된 R² 값은 0.411로, 41%의 설명력을 보이고 있다. 독립변수 '지역적 편익', '감각적 편익', '신체적 편익'은 '만족도'에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

표 5. Multiple Regression Analysis: over 44

종속변수	독립변수	회귀계수 (B)	표준오차 (SE)	t 값	β	유의확률 (P)
만족도	(상수)	3.682	.099	7.235		.000**
	감각적 편익	.105	.103	1.023	.065	.308
	신체적 편익	.905	.107	8.461	.545	.000**
	지역적 편익	.512	.109	4.684	.295	.000**
	가계 경제적 편익	-.273	.093	-2.927	-.184	.004*

R²=.481, 수정된 R²=.466, F=31.099 P=0.000

*p < 0.05, **p < 0.001

[표 5]는 45세 이상의 응답자들의 '편익' 요인들과 '만족도'와의 영향관계를 검증하였다. 수정된 R² 값은 0.466로, 47%의 설명력을 보인다. 독립변수 '신체적 편익', '지역적 편익', '가계 경제적 편익'은 '만족도'에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다.

표 6. Hypothesis testing

연구 가설		β	유의 확률(P)	채택 여부
44세 이하	H1 신체적 편익 → 만족도	.395	.030*	채택
	H2 지역적 편익 → 만족도	.257	.000**	채택
	H3 감각적 편익 → 만족도	-.217	.004*	채택
	H4 가계 경제적 편익 → 만족도	-.043	.561	기각
45세 이상	H1 신체적 편익 → 만족도	.545	.000**	채택
	H2 지역적 편익 → 만족도	.295	.000**	채택
	H3 감각적 편익 → 만족도	.065	.308	기각
	H4 가계 경제적 편익 → 만족도	-.184	.004*	채택

*p(< .05), **p(< .001)

[표 6]은 회귀분석 결과를 통해 본 연구의 연구가설을 검증을 보여준다. 44세 이하의 소비자와 45세 이상의 소비자 모두의 유기농식품과 관련한 '신체적 편익'과 '지역적 편익'은 '만족도'에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 두 그룹 모두, '신체적 편익'이 44세 이하(β = .395), 45세 이상(β = .545)로 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났고, '지역적 편익'은 44세 이

하($\beta = .257$), 45세 이상($\beta = .295$)로 '신체적 편익'보다는 적은 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 두 연령 그룹의 차이는 '감각적 편익', '가계 경제적 편익'과 '만족도'의 관계에서 확연히 나타났는데, 먼저 44세 이하 소비자의 경우 유기농식품과 관련한 '감각적 편익'은 '만족도'에 유의한 영향을 미치지만 부(-)($\beta = -.217$)의 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었고, '가계 경제적 편익'은 '만족도'에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 45세 이상의 소비자의 경우는 이와 반대의 결과를 보여주고 있는데 유기농식품과 관련한 '감각적 편익'은 '만족도'에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, '가계 경제적 편익'이 '만족도'에 부(-)($\beta = -.184$)의 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구에서는 국내 소비자의 유기농식품과 관련한 여러 지각된 편익요인과 구매 후 만족도의 관계와 연령에 따른 편익과 만족도의 관계를 알아보았다. 연령은 44세 이하와 45세 이상의 두 그룹으로 구분하고 각 그룹별로 회귀분석을 실시, 편익과 만족도의 관계를 연령 그룹에 따라 비교하여 차이를 설명하였다. 분석결과에 따르면, 유기농식품 관련 편익 요인에는 '신체적 편익', '지역적 편익', '감각적 편익', '가계 경제적 편익'의 4가지 요인으로 나타났으며, 이들 요인은 각각 44세 이하의 소비자와 45세 이상의 두 그룹 연령 소비자의 유기농식품 구매에 대한 만족도에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 그러나 각 요인들과 만족도와의 영향관계는 연령 그룹에 따라 확연한 차이를 나타내었다. 요인별로 자세히 살펴보면, 첫째, '신체적 편익'과 '지역적 편익'은 두 연령 그룹의 모든 소비자들이 유기농식품 구매 만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, '감각적 편익'은 두 연령그룹에서 차이를 보였는데, 먼저 44세 이하의 소비자는 유기농식품과 관련한 '감각적 편익'이 유기농식품 구매 만족도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 44세 이하 소비자의 경우 유기농식품의 맛, 식감, 색, 향, 신선도 등에 대해 만족하

지 못하였다는 것을 의미한다. 반면 45세 이상 소비자의 경우에는 '감각적 편익'은 만족도에 영향을 미치지 않는 것으로 밝혀졌다. 이는 연령이 증가함에 따라 인간의 감각이 둔화되어 저 연령일수록 미각과 관련한 요인에 민감하고 반대로 고 연령일수록 둔감하게 나타나므로[29], 미각에 민감한 44세 이하 젊은 층의 연령은 유기농식품의 맛, 식감, 향 등에 만족하지 못하며, 반대로 미각에 둔감한 45세 이상의 소비자에게는 크게 중요하게 작용하지 않는 것으로 해석될 수 있겠다. 셋째, '가계 경제적 편익' 요인은, 44세 이하의 소비자의 경우 이들의 만족도에 어떤 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 45세 이상의 소비자는 '가계 경제적 편익'이 그들의 유기농식품 구매 만족도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 45세 이상의 소비자들은 유기농식품의 비싼 가격, 빠른 부패로 인한 낭비, 적은 양 등에 대해 만족하지 못한다는 것을 의미하며, 연령이 높아질수록 경제활동으로부터의 은퇴 등으로 인해[30] 경제적인 부분에 대해 민감하게 반응한다는 것으로 해석해 볼 수 있겠다. 본 연구의 연구결과는 소비자의 유기농식품 구매에 대해 연령별 차이를 비교 분석함으로써 국내 소비자들의 유기농식품에 대한 구매요인 및 구매행동과 만족도 등에 대해 연구사례를 제시할 수 있다. 이러한 연구결과는 유기농식품 시장의 관계자에게 소비자의 행동을 보다 더 세분화하여 마케팅 전략에 활용할 수 있을 것이며, 이론적인 측면에서도 향후 식품과 관련한 연령비교 연구의 선행연구 결과로서의 중요한 정보로 활용될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 성재훈, 이혜진, "2017 국내의 친환경농산물 생산 실태 및 시장전망," 한국농촌경제연구원, 정책연구보고 제39호, 2017.
- [2] 김형열, 이보근, 임홍열, "유기농 야채의 무기물 및 비타민 함량," 한국식품저장유통학회지, 제11권, 제3호, pp.424-429, 2004.
- [3] 성종환, 박성균, 박은미, 김한수, 김동섭, 정현식,

- “유기농 배추의 영양 및 기능성 성분 함량,” 한국식품저장유통학회지, 제13권, 제5호, pp.655-660, 2006.
- [4] 이현철, 박원규, 이용석, Fu siao bin, 정현식, 최중욱, “유기농포도를 이용한 포도주 제조시 품질특성 비교,” 한국식품저장유통학회 학술대회, pp.2-34, 2006.
- [5] 강중현, 정한진, “유기농 쇠고기에 대한 신념, 주관적 규범, 도덕관념과 태도가 소비 의도에 미치는 영향 평가,” 한국식생활문화학회지, 제23권, 제4호, pp.301-307, 2008.
- [6] 서보원, “구매경험에 따른 소비자의 식품 구매행동에 관한 연구 - 유기농식품을 중심으로 -,” 식품유통연구, 제27권, 제1호, pp.19-39, 2010.
- [7] 유소이, 윤하영, “유기농식품과 유전자재조합 식품의 소비자태도와 구매행동 비교분석,” 농업경영-정책연구, 제35권, 제1호, pp.141-164, 2008.
- [8] D. Pearson and M. C. Jung, “Requirements for Meeting Consumer Expectations to Expand the Market for Organic Products,” Korean Journal of Organic Agriculture, Vol.20, No.4, pp.491-502, 2012.
- [9] 김경희, 박덕병, “녹차 소비자의 추구편익과 만족, 충성도의 구조관계: 연령의 조절효과,” 한국식생활문화학회지, 제26권, 제4호, pp.314-322, 2011.
- [10] R. A. Matthews, C. A. Bulger, and J. L. Barnes-Farrell, “Work social supports, role stressors, and work-family conflict: the moderating effect of age,” Journal of Vocational Behavior, Vol.76, pp.78-90, 2010.
- [11] B. Wansink, M. M. Cheney, and N. Chan, “Exploring comfort food preferences across age and gender,” Physiology & Behavior, Vol.79, pp.739-747, 2003.
- [12] G. M. Chryssohoidis and A. Krystallis, “Organic consumers’ personal values research: Testing and validation the list of values (LOV) scale and implementing a value-based segmentation task,” Food Quality and Preference, Vol.16, pp.585-599, 2005.
- [13] G. C. Harper and A. Makatouni, “Consumer perception of organic food production and farm animal welfare,” British Food Journal, Vol.104, No.3, pp.287-299, 2002.
- [14] R. Zanoli and S. Naspetti, “Consumer motivations in the purchase of organic food,” British Food Journal, Vol.104, No.8, pp.643-653, 2002.
- [15] M. Saher, M. Lindeman, and U. K. Hursti, “Attitude towards genetically modified and organic foods,” Appetite, Vol.46, No.3, pp.324-331, 2006.
- [16] L. Radder and R. Roux, “Factors affecting food choice in relation to venison: A South African example,” Meat Science, Vol.71, pp.583-589, 2005.
- [17] C. Fotopoulos and A. Krystallis, “Organic product avoidance: Reasons for rejection and potential buyers’ identification in a countrywide survey,” British Food Journal, Vol.104, No.3, pp.233-265, 2002.
- [18] P. O’Donovan and M. McCarthy, “Irish consumer preference for organic meat,” British Food Journal, Vol.104, No.3, pp.353-370, 2002.
- [19] L. Wadołowska, M. Danowska-Oziewicz, B. Stewart-Knox, and M. D. Vaz de Almeida, “Differences between older and younger Poles in functional food consumption, awareness of metabolic syndrome risk and perceived barriers to health improvement,” Food Policy, Vol.34, pp.311-318, 2009.
- [20] 온정, 김정희, “성인의 연령에 따른 건강기능식품 섭취실태와 정보 요구도 분석,” 대한지역사회영양학회지, 제17권, 제1호, pp.26-37, 2012.
- [21] 정혜경, 이해영, “우리나라 일부지역 연령대별 건강기능식품 이용 실태,” 대한영양사협회 학술

지, 제17권, 제2호, pp.190-205, 2011.

[22] 김혜영, 이미라, 김현경, 안정하, 김미경, 홍순근, 김미정, “유전자재조합식품에 대한 성별, 연령별 소비자의 인지도 조사,” 한국식생활문화학회, 제26권, 제4호, pp.331-343, 2011.

[23] 김성용, “식품 소비지출의 다양성 변화에 대한 연령-세대-연도 효과 분석,” 농촌경제, 제33권, 제1호, pp.21-39, 2010.

[24] 김창길, 이상건, “지역단위 친환경농업 발전계획 수립: 전북 진안군 사례,” 농촌경제, 제32권, 제1호, pp.63-87, 2009.

[25] 윤석원, 박영복, “유기농산물 소비실태 및 소비자 분석,” 한국유기농학회, pp.35-52, 2000.

[26] B. W. Suh, A. Eves, and M. Lumbers, “Consumers’ Attitude and Understanding of Organic Food,” Journal of Foodservice Business Research, Vol.15, No.1, pp.49-63, 2012.

[27] 박헌진, 정진우, “한국전통음식의 향후 연령별 인식차이에 관한 연구,” 호텔관광연구, 제14권, 제2호, pp.132-144, 2012.

[28] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, and R. L. Tatham, “Multivariate Data Analysis, 6th ed.,” New Jersey: Prentice-Hall International, Inc .2006.

[29] 이재욱, 신승현, 류미라, 김종연, 예미경, “한국인에서 노화에 의한 미각 역치의 변화,” Otorhinolaryngology-Head and Neck Surgery, 제56권, pp.286-290, 2013.

[30] 장지연, 호정화, “취업자 평균 은퇴연령의 변화와 인구특성별 차이,” 노동정책연구, 제2권, 제2호, pp.1-21, 2002.

[31] KOSIS, “내 통계-가정별 성비, 인구성장률, 인구구조, 부양비, 노령화지수, 중위연령, 평균연령,” 2014. <http://kosis.kr>

[32] 고성희, “식생활 라이프스타일에 따른 외식업체 배달서비스의 품질 지각 및 만족도 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제8호, pp.406-415, 2014.

[33] 은영란, 유영진, “외식소비자의 소비가치와 주관

적 규범이 소셜커머스 이용의도에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제10호, pp.130-139, 2016.

[34] 이현주, “자아초월 가치가 유기농 식품 소비의 태도에 관한 태도와 소비의도에 미치는 영향,” 소비자학연구, 제28권, 제4호, pp.115-188, 2017.

저 자 소 개

강 신 영(Shin-Young Kang)

정회원



- 2013년 7월 : University of Exter(관광경영학박사)
- 2005년 9월 : Bournemouth University(관광경영학석사)
- 2016년 9월 ~ 현재 : 우송정보대 글로벌호텔외식과 교수

<관심분야> : 호텔외식경영, 축제이벤트

김 경 배(Kyoung-Bae Kim)

정회원



- 2012년 12월 : University of Nottingham(관광경영학박사)
- 2002년 8월 : 한양대학교 대학원(관광학석사)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 광운대학교 정보과학교육원 외식경영 교수

<관심분야> : 외식경영, 지역관광

서 보 원(Bo-Won Suh)

정회원



- 2009년 9월 : University of Surrey(경영학박사)
- 2005년 9월 : University of Surrey(외식경영학석사)
- 2012년 9월 ~ 현재 : 경희사이버대학교 외식조리경영학과 교수

<관심분야> : 외식경영, 소비자행동