

유기농업에 대한 환경성·공익성 인식과 친환경 농산물 소비 및 활성화에 관한 연구[†]

A Study on the Effect of Awareness of Organic Farming on Environment-Friendly Agriculture Product Consumption and Revitalization[†]

신예은*, 김상범**, 최진아***, 한석준****, 안경진*****

*건국대학교 일반대학원 산림조경학과 박사과정, **농촌진흥청 국립농업과학원 농촌환경자원과 농업연구관,

농촌진흥청 국립농업과학원 농촌환경자원과 농업연구사, *하이데이터 대표, *****건국대학교 산림조경학과 부교수

Shin, Ye-Eun*, Kim, Sang-Bum**, Choi, Jin-Ah***, Han, Seokjun****, An, Kyungjin*****

*Graduate Student, Dept. of Forestry & Landscape Architecture, Konkuk University

**Senior Researcher, National Institute of Agricultural Sciences

***Researcher, National Institute of Agricultural Sciences

****Director, Highdata

*****Associate Professor, Dept. of Forestry & Landscape Architecture, Konkuk University

Received: June 08, 2023

Revised: June 26, 2023

Accepted: July 03, 2023

3인인명 심사필

Corresponding author :

Kyungjin An

Associate Professor,

Dept. of Forestry & Landscape
Architecture, Konkuk University,

Seoul 05029, Korea

Tel.: +82-2-450-0444

E-mail: dorian@konkuk.ac.kr

국문초록

본 연구에서는 일반 시민을 대상으로 유기농업과 친환경 농산물에 대한 인식 및 구매행태를 조사하고, 유기농업에 대한 인식이 친환경 농산물의 소비와 가격 저항성에 영향을 미치는지, 또한 향후 유기농업 활성화를 위한 조건이 될 수 있는지에 대해서 도출하고자 하였다. 따라서 본 연구에서 설정된 연구 가설은 다음과 같다. 첫째, 유기농업의 환경성/공익성 인식은 친환경 농산물 소비에 영향을 미칠 것이다. 둘째, 유기농업의 환경성/공익성 인식은 유기농업 활성화에 영향을 미칠 것이다. 마지막으로, 친환경 농산물 소비 경험은 유기농업 활성화에 영향을 미칠 것이다. 이를 검증하기 위해 유기농업의 환경적·공익적 요인을 도출하여 전국 성인남녀 1,500명을 대상으로 인터넷 조사를 실시하였으며, 도출된 결과를 토대로 로지스틱 회귀분석 등 통계분석을 실시하였다. 분석 결과 유기농업에 대한 환경적·공익적 인식이 친환경 농산물 소비까지로 이어지는 요인이 아닌 것으로 나타났으나, 환경적·공익적 인식이 높은 경우 친환경 농산물 소비에 가장 큰 제약 원인인 가격에 대한 저항성이 낮은 것으로 확인되었다. 또한 환경적·공익적 인식이 강할수록 유기농업의 확대에 대한 지지와 친환경 농산물 구매의향에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 유기농업에 대한 소비자 인식과 태도를 확인함으로써 향후 친환경 농산물 소비 및 유기농업 활성화 대책 마련의 기초 자료로서 활용될 것으로 기대된다.

주제어: 소비자 인식, 인터넷 조사, 로지스틱 회귀분석, 구매 의향, 유기농 활성화

ABSTRACT

This study investigated the public's awareness and purchase behavior of organic farming and environment-friendly agriculture products. This study also analyzed whether awareness affects environment-friendly agriculture products' consumption and price resistance and support for the revitalizing organic farming. This study derived environmental and public interest in organic farming, and a web survey was conducted for statistical analysis. As a result, it was found that the awareness of organic farming did not affect the consumption of environment-friendly agriculture products, but in case of high awareness is high, the resistance to prices is low. In addition, it was found that the stronger the public's awareness, the more positive the support for the expansion of organic agriculture and the willingness to purchase environment-friendly agriculture products. The results of this study are expected to be used as basic data for preparing measures to revitalize organic agriculture in the future.

Keywords: Consumers' Perception, Web Survey, Logistic Regression, Willingness to Purchase, Organic Farming Revitalization

[†]본 논문은 농촌진흥청 연구사업(과제 번호: RS-2022-RD010249)의 지원에 의해 이루어진 것임.

1. 서론

최근 환경오염이 심각해짐에 따라 다양한 분야에서 환경에 대한 영향을 줄이기 위한 노력이 이뤄지고 있다. 특히 농촌 지역에서는 과도한 화학 비료 및 농약의 사용 등이 토양 환경에 부담을 일으키며, 농경지 인근의 생태계 및 생물 다양성에도 부정적인 영향을 미칠 수 있다(Bengtsson et al., 2005; 김명현 등, 2016). 이러한 관행농업의 문제를 해결하고자 친환경 농업 및 유기농업 등이 시작되었으며, 2013년 제정된 친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률(친환경농어업법)에는 친환경 농업 및 유기농, 무농약 등의 개념을 정의하고 있다. 친환경농어업법 제2조에 따르면 유기(organic)란 생물의 다양성을 증진하고, 토양의 비옥도를 유지하여 환경을 건강하게 보전하기 위하여 허용물질을 최소한으로 사용하는 활동을 말한다. 유기농업은 친환경 농업보다 좁은 범위의 농업으로 화학자재가 아닌 천연자원을 사용하여 건강한 농업 생태계뿐만 아니라, 생물 다양성, 토양 환경의 증진 등을 추구하는 미래지향적인 농업 형태이며, 그 중요성이 점차 부각되어 왔다(<http://www.nongsaro.go.kr>). 유기농업의 실천은 생물 다양성의 증진, 토양의 질 개선, 온실가스 감축 및 탄소저장 등 환경에 긍정적인 영향을 미친다(김명현 등, 2016). 유기농업은 환경적인 기능 외에도 기존의 농업문화의 다양성이나 농촌경제 개선, 농촌 정관의 개선 등 공익성 측면에서도 그 가치가 강조되고 있다(유진채 등, 2010).

유기농업의 이와 같은 환경적·공익적 기능으로 인해, 정부에서도 유기농업을 비롯한 친환경 농업의 확산을 위하여 다양한 정책을 수립하고 있다(정확균 등, 2020). 2021년 수립된 제5차 친환경농업 육성 5개년계획에서는 친환경 농업의 확대, 친환경농업으로의 쉬운 전환, 집적지구의 구축, 지속가능한 친환경농업 모델의 구축을 위한 다양한 계획을 제시하였다. 또한 2020년 발표된 대한민국 2050 탄소중립 전략의 농축수산 부문에서는 온실가스 배출량 저감, 저탄소 농업기술의 확대 등을 강조하고 있다. 국외에서도 미국(Environmental Quality Incentives Program), 유럽연합(Common Agricultural Policy), 독일(Klimaschutzprogramm 2030) 등 각 나라의 실정에 맞도록 환경의 질을 개선하고, 지속가능한 농업 및 유기농업을 장려하는 정책을 다양하게 수립하고 있다.

환경 부담을 줄이기 위한 정부 차원의 노력과 함께 개인적 측면에서 환경에 대한 의식도 점점 높아지고 있다. 일반 시민들도 환경문제에 대한 관심이 증가하고 있으며, 환경에 기여하기 위해 가치 소비를 하는 소비자들이 증가하였다(<http://www.hani.co.kr>; <https://www.rda.go.kr>). 친환경 농산물이란 친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률에 따라 친환경농축산물 인증제도에 의해 관리되어 엄격한 기준에 맞춰 생산된 농산물로, 유기농산물과 무농약농산물이 이에 해당된다. 소비자들의 건강에 대한 인식 및 환경 의식이 높아짐에 따라 친환경 농산물에 대한 소비자 태도 또한 긍정적인 것으로 나타났다(유경진과 윤혜현, 2014). 환경 의식과 함께 친환경 농산물의 소비의 주된 이유로는 농약으로부터의 안전, 건강에의 유익성에 대한 고려가 큰 영향을 미친다(이상엽 등, 2011; 박효순 등, 2019).

그러나 국내 친환경 농산물 시장규모는 지속적으로 감소하는 추세이며, 소비자들의 참여율 또한 감소하고 있다(윤효실과 윤혜현, 2013; 한국농촌경제연구원, 2016; 송기욱, 2017). 한국농촌경제연구원에 의하면 친환경 농산물의 시장 규모는 2009년 약 3조 5천억 원이었으나, 2018년 1조 2천억 원 수준으로 지속적으로 감소한 것으로 나타났다. 이러한 친환경 농산물의 소비 감소에는 다양한 원인이 있었으나, 많은 연구에서 친환경 농산물의 상대적으로 높은 가격이 소비를 제약한 가장 큰 원인으로 제시되어 왔다(이경미와 이종호, 2018). 친환경 농산물의 구매의도를 높이기 위해 친환경 농산물 구매에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 하는 다양한 연구들이 수행되어왔으며, 소비자의 건강 및 환경에 대한 관심, 친환경 농산물의 품질과 소비만족도 등의 요인들이 영향을 미치는 것으로 나타났다(최성온과 박철호, 2015; 권을혜 등, 2015; 이종호, 2016; 송기욱, 2017; 이경미와 이종호, 2018; 이종호, 2020).

본 연구에서는 전반적인 환경에 대한 인식에서 더 범위를 좁혀서 유기농업의 긍정적 기능을 인지하고 있는 소비자들을 대상으로 친환경 농산물의 소비 행태와 인식을 분석하고자 하였다. 소비자들의 환경 및 건강에 대한 관심이 친환경 농산물의 구매 영향에 관한 연구는 많이 진행되어 왔으나, 유기농업의 환경적·공익적 기능이 소비자들의 구매에 어떤 영향을 미치고 있는지에 대한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 유기농업의 환경적·공익적 기능을 정립 및 유기농업의 가치가 소비자에게 미치는 영향과 실제로 친환경 농산물의 소비와 유기농업의 활성화를 지지하는지 규명하고자 한다. 본 연구 결과를 통해 향후 친환경 농산물을 비롯하여 유기농업 활성화 정책 마련 및 주요 시사점을 제공할 수 있을 것이라고 판단된다.

2. 연구 방법

2.1 연구모형 및 가설 설정

본 연구는 유기농업에 대한 환경성·공익성 인식이 친환경 농산물 소비에 어떠한 영향을 미치는지, 향후 활성화

지지를 위한 조건이 될 수 있는지 그 관계에 대해 분석하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 유기농업에 관한 환경성·공익성 인식을 포함한 주요 변수들이 친환경 농산물의 소비 여부, 가격 저항성 및 유기농업 활성화와 확대 지지에 영향을 미치는지 통계 분석을 실시하였다(Figure 1 참조). 이외에도 설문을 통하여 친환경 농산물 소비 경험이 있는 설문대상자를 대상으로 소비과정의 만족도와 신뢰도 등의 체감 수준도 유기농업 활성화 지지에 영향을 미치는지 분석하였다.

따라서 본 연구에서 설정된 연구가설은 다음과 같다.

- H1. 유기농업의 환경성/공익성 인식은 친환경 농산물 소비에 영향을 미칠 것이다.
- H1-1. 유기농업의 환경성/공익성 인식이 강할수록 친환경 농산물 구매여부에 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 유기농업의 환경성/공익성 인식이 강할수록 가격에 대한 저항이 낮을 것이다.
- H2. 유기농업의 환경성/공익성 인식은 유기농업 활성화에 영향을 미칠 것이다.
- H2-1. 유기농업의 환경성/공익성 인식이 강할수록 유기농업 확대를 지지할 것이다.
- H2-2. 유기농업의 환경성/공익성 인식이 강할수록 향후 친환경 농산물 구매의향이 강할 것이다.
- H3. 친환경 농산물 소비 경험자의 체감수준(만족, 신뢰)은 유기농업 확대 지지에 영향을 미칠 것이다.
- H3-1. 친환경 농산물 소비 경험자의 체감수준(만족, 신뢰)은 유기농업 확대 지지에 영향을 미칠 것이다.
- H3-2. 친환경 농산물 소비 경험자의 체감수준(만족, 신뢰)은 향후 친환경농산물 구매의향에 영향을 미칠 것이다.

2.2 변수 설정

유기농업의 환경성·공익성에 대한 인식 조사 앞서 변수를 설정하기 위한 선행 연구 검토를 실시하였다. 유진채 등(2010)의 연구에서는 유기농업 실천으로 인한 공익기능을 5가지로 정의하였으며, 환경오염 감소, 자연생태계 복원, 문화의 다양성 증진 및 지역사회유지, 에너지 절약과 온실가스 감소, 경관 개선이 이에 해당한다. 정학균 등(2015)의 연구에서는 친환경 농업의 가치평가를 위하여 7가지 항목을 설정하였으며, 생물다양성 유지, 토질 및 수질 개선, 온실가스 감축, 토양 비옥도 증진, 토양 유실 방지, 효과적인 물 이용, 폐기물의 감소가 이에 해당한다. 김명현 등(2016)의 연구에서는 유기농업의 비시장적 가치에 대한 평가를 실시하였으며, 평가 속성에는 생물다양성, 토양오염도, 토양비옥도, 토양유실율, 온실가스배출량, 수질, 치유기능이 이에 해당한다.

본 연구에서는 선행연구에서 사용된 변수를 종합적으로 고려하여, 환경성 측면에 해당하는 변수(수질, 토양, 생물 다양성, 생태적 건강성, 탄소중립 등)와 유진채 등(2010)에서 논의된 바 있는 농촌 경관 개선 변수와 이외에도 농업환경의 다양성, 농촌 경제 개선 등 유기농업의 공익성 측면을 추가하여 설정하였다. 따라서 본 연구에서는 환경적 측면과 공익적 측면을 나눠 변수를 분류하였으며, 유기농업의 환경적 가치 5개와 공익적 가치 3개로 변수를 도출하였다. 이외에도 기본적인 사회경제적 배경변수(성, 연령, 소득수준), 친환경 농산물에 대한 인지 여부, 농약오염의 심각성 인식, 친환경농산물의 건강효과성 인식 등의 변수를 포함하였다(Table 1 참조).

2.3 조사방법

본 연구에서는 일반 시민들의 유기농업 및 친환경 농산물에 대한 인식을 조사하기 위하여 전국 만 19세 이상 성인남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문 조사는 2022년 08월 23부터 26일 동안 인터넷 조사로 진행되었

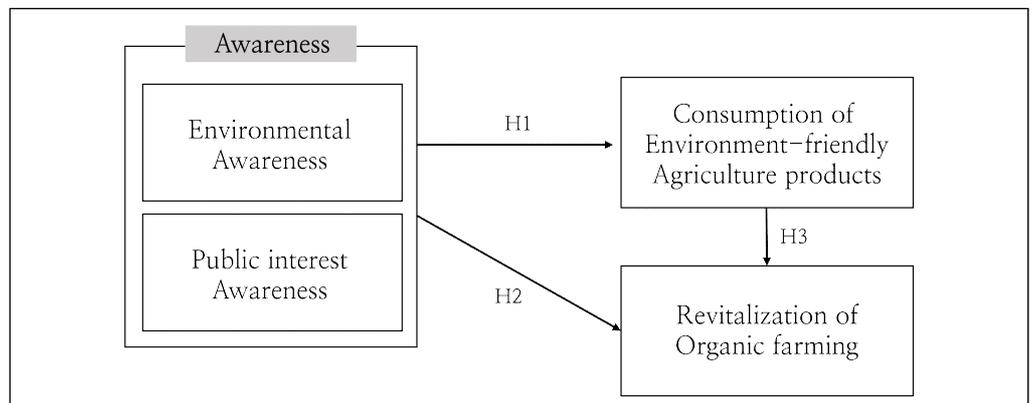


Figure 1. Research model

Table 1. Variables for analysis

Independent variables	Socio-economic variables	Gender
		Age
		Income
	Environmental awareness	Water quality improvement
		Soil improvement
		Biodiversity
		Ecological health
		Carbon neutrality
	Public interest awareness	Diversity of rural culture
		Rural landscape
		Revitalization of rural economy
	Recognition of environment-friendly agriculture products	
	Recognition of pesticide contamination	
	Recognition of health effects of environment-friendly agriculture products	
	For environment-friendly agricultural products consumers	Reliability in domestic environment-friendly agriculture products
Reliability in certification system of environment-friendly agriculture products		
Satisfaction with environment-friendly agriculture products		
Dependent variables	Consumption of environment-friendly agricultural products	
	Price resistance of environment-friendly agricultural products	
	Revitalization of oranic farming	Support for the expansion of organic agriculture
		Intention to buy environment-friendly agriculture products

으며, 표본 설계는 지역/성/연령대별 인구비례에 따른 다단계층화추출법으로 진행하였으며, 유효 표본 1,500표본을 확보하였다. 표본 오차는 95% 신뢰수준에서 ± 2.5%로 조사되었다. Table 2는 응답자들의 주요 인구통계학적 특성을 나타낸 것이다. 조사된 인구통계학적 특성은 기본적인 사회경제적 배경변수로도 활용되었다.

Table 2. Characteristics of respondents (n = 1,500)

Category		Frequency	Percent(%)
Gender	Male	744	49.6
	Female	756	50.4
Age	20	243	16.2
	30	228	15.2
	40	279	18.6
	50	296	19.7
	Above 60s	454	30.3
Income	Less than 200	151	10.0
	200-400	445	29.7
	400-600	439	29.3
	600-800	248	16.6
	More than 800	217	14.5

3. 결과 및 고찰

3.1 유기농업의 환경성 인식과 친환경 농산물 소비 관계

유기농업이 환경개선에 미치는 효과성 인식을 조사하기 위해 5개 항목(수질 개선, 토양 개선, 생물 다양성, 생태적 건강성, 탄소 중립), 농촌지역 발전에 관한 공익성 인식 조사를 위해 3개 항목(농촌 문화 다양성, 농촌 경관, 농촌경제 활성화)의 신뢰도를 조사하였다. 유기농업의 환경성 인식 항목, 공익성 인식 항목에 대한 신뢰도 분석 결과 크론바흐 알파값(Cronbach's alpha)이 높아 항목 타당성이 확인되었다(Table 3 참조). 환경성 인식 항목과 공익성 인식 항목은 분석을 위해 평균값을 내어 변수로 활용하였다.

유기농업에 대한 환경성 및 공익성 인식이 친환경 농산물 소비에 미치는 영향 분석에는 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 로지스틱 회귀분석 결과 연령, 소득, 친환경농산물 인지, 농약으로 인한 환경오염 심각성 인식은 구매에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 친환경 농산물의 건강 효과성 또한 영향을 미치는 것으로 나타나 기존 논의처럼 건강이슈가 소비에 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었다(Table 4 참조). 반면 유기농업의 환경성 인식이나 공익성 인식이 친환경 농산물 소비에 영향을 미칠 것으로 기대하였으나 유기농업에 대한 가치 인식이 친환경 농산물 구매에 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

앞서 선행연구 고찰을 통해 확인된 친환경 농산물에 대한 소비를 저해하는 가장 큰 요인인 가격에 대하여 유기

Table 3. The results of reliability analysis

Category		N	Mean	Std. dev.	Cronbach's alpha
Environmental awareness	Water quality improvement	1,500	3.3586	0.64159	0.902
	Soil improvement	1,500	3.4527	0.64613	
	Biodiversity	1,500	3.3395	0.69657	
	Ecological health	1,500	3.4184	0.67781	
	Carbon neutrality	1,500	3.3813	0.71412	
Public interest awareness	Diversity of rural culture	1,500	3.1274	0.76440	0.869
	Rural landscape	1,500	2.9917	0.80286	
	Revitalization of rural economy	1,500	3.1586	0.74455	

Table 4. Effects on consumption of environment-friendly agricultural products

Variables	b	S.E.	Wald	Exp(B)	95% CI	
					Lower	Upper
Constant	-5.203***	0.536	94.102	0.005	-	-
Gender (male 0, female 1)	-0.149	0.130	1.306	0.862	0.668	1.112
Age	0.023***	0.005	25.475	1.024	1.014	1.033
Income	0.255***	0.051	24.663	1.291	1.167	1.428
Recognition of environment-friendly agriculture products (0, 1)	0.314*	0.141	4.981	1.369	1.039	1.803
Recognition of pesticide contamination	0.407*	0.121	11.352	1.502	1.185	1.902
Recognition of health effects of environment-friendly agriculture products	0.897***	0.121	55.343	2.452	1.936	3.106
Environmental awareness	-0.016	0.162	0.009	0.985	0.717	1.351
Public interest awareness	0.127	0.129	0.972	1.135	0.882	1.462
-2 Log likelihood = 1,488.912						
$\chi^2 = 195.751$ (df = 8, p = 0.000)						
Cox & Snell R ² = 0.122, Nagelkerke R ² = 0.181						

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

농업의 가치 인식이 미치는 영향에 대하여 분석하였다. 이를 위하여 유기농업에 대한 환경성 인식과 공익성 인식이 높은 집단과 낮은 집단을 구분하여 가격 저항성에 대해 분석을 실시하였다. 분석 결과 유기농업에 대한 환경성과 공익성에 대한 인식이 강하게 형성되어 있는 집단의 가격 저항성이 낮은 것으로 확인되었다(Table 5 참조). 환경성 인식이 높은 집단은 일반농산물 대비 평균 19.37% 비싼 것이 적정하다고 나타났으며, 환경성 인식이 낮은 집단은 평균 16.60%로 나타났다. 유기농업의 공익성에 대해 높게 인식하는 집단은 일반농산물 대비 평균 19.78%, 공익성을 낮게 인식하는 집단은 평균 17.03%로 분석되었다. 현재 친환경 농산물 소비를 제약하는 가장 큰 원인이 가격임을 감안하면 유기농업의 환경성 및 공익성은 친환경 농산물 가격 저항을 완화시켜주는 요소라고 할 수 있으며, 향후 유기농업의 가치에 대한 인식 확대를 통하여 활성화 가능성을 향상시킬 수 있을 것으로 사료된다.

3.2 유기농업 활성화에 대한 인식

유기농업의 환경성·공익성 인식은 유기농업의 가치판단에 영향을 미치기 때문에 유기농업 활성화 지지에도 영향을 미칠 수 있다. 공급 측면에서는 유기농업에 대한 확대지지, 수요 측면에서는 친환경 농산물 구매 의향에 영향을 미칠 것으로 판단하여 분석을 실시하였다. 회귀분석 결과 환경성 인식과 공익성 인식은 유기농업 확대 지지에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 향후 친환경 농산물 구매의향에도 영향을 미치는 것으로 분석되었다(Table 6 참조). 이외에도 성별(여성), 연령, 농약오염 심각성 인식, 건강효과성 인식 변수들 또한 유기농업 확대 지지와 친환경 농산물 구매의향에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 연령대가 증가할수록 유기농업 확대에 대한 지지가 높아지는 것으로 나타났다. 반면 젊은 층에서는 상대적으로 공감대가 낮은 것으로 나타났는데, 이는 친환경 농산물 및 유기농업 관련 홍보 시 젊은 세대가 주로 이용하는 매체를 활용하는 등 정보 전달 수단 다양화를 통해 공감대를 이끌어낼 수 있을 것으로 사료된다. 소득수준의 경우 유기농업 확대 지지에 영향을 미쳤으나 향후 구매의향에는 별다른 영향을 나타내지 않았으며, 친환경 농산물에 대해 정확히 인지하고 있는가도 전반적으로 큰 영향이 없는 것으로 확인되었다. 한편 환경성 인식에 비해 공익성 인식이 유기농업 활성화에 미치는 영향력이 상대적으로 작은 것으로 확인되었는데, 이는 유기농업의 환경적 가치에 비해 농촌지역에서의 유기농업의 역할이나 중요성 등이 구체적으로 인식되지 않았기 때문으로 판단된다.

친환경 농산물 소비를 경험한 집단을 대상으로 유기농업에 대한 신뢰, 만족 수준이 유기농업 활성화에 어떤 영향을 미치는지에 대해 조사하였다(Table 7 참조). 조사 결과 유기농업에 대한 신뢰, 만족 수준이 유기농업 확대 지지와 향후 구매의향에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 실제 소비과정에서 유기농업에 대해 형성된 긍정적인 평가가 향후 유기농업 확대를 지지하는 주요 요인이 될 수 있음을 시사한다. 성별(여성), 연령대도 유기농업 활성화에 영향을 미치는 것으로 나타난 가운데, 소득수준은 유기농업 확대에는 영향을 미치고 있으나 친환경 농산물 구매의향에는 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다.

4. 결론

본 연구는 일반 시민을 대상으로 유기농업 및 친환경 농산물에 대한 인식 조사를 수행하여 유기농업에 대한 인식 수준과 친환경 농산물의 소비 행태, 유기농업에 대한 지지 여부 등을 분석하고자 하였다. 특히 유기농업이 환경 및 농촌 사회에 미치는 긍정적인 기능들이 친환경 농산물의 구매, 향후 유기농업 활성화 지지 등에 영향을 미치는지 도출하고자 하였다. 국내 농업 관련 정책에서도 친환경 농업의 확대에 초점을 두고 있는 바, 본 연구의 결과가 유기농업 및 친환경 농산물에 대한 소비자 인식을 확인함으로써 친환경 농업 및 유기농업의 활성화 대책 마련을 위한 기초 자료로서 활용될 것으로 기대된다.

인식조사에 앞서 유기농업의 환경성·공익성 기능을 검토하여 5개의 환경성 인식 변수와 3개의 공익성 인식 변수

Table 5. The average acceptance price for environment-friendly agriculture products

Category		N	Mean	Std. dev.	S.E	t	p
Environmental awareness	Low	651	16.60	10.676	0.418	-4.415	0.000
	High	849	19.37	13.004	0.446		
Public interest awareness	Low	880	17.03	10.811	0.364	-4.353	0.000
	High	620	19.78	13.619	0.547		

Table 6. Effects on the revitalization of organic farming

a: Support for the expansion of organic agriculture

Variables	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	t	VIF
	b	S.E	β		
Intercept	0.391	0.109	.	3.587	
Gender (male 0, female 1)	0.085**	0.028	0.066	3.069	1.027
Age	0.005***	0.001	0.117	5.208	1.119
Income	0.016	0.010	0.034	1.589	1.014
Recognition of environment-friendly agriculture products (0, 1)	0.045	0.031	0.031	1.436	1.039
Recognition of pesticide contamination	0.179***	0.027	0.167	6.580	1.417
Recognition of health effects of environment-friendly agriculture products	0.318***	0.025	0.293	12.703	1.176
Environmental awareness	0.173***	0.036	0.153	4.770	2.285
Public interest awareness	0.074**	0.028	0.079	2.613	1.998
Model summary	R ² = 0.325, adj R ² = 0.321, F-value = 89.533 (p = 0.000)				

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

b: Intention to buy environment-friendly agriculture products

Variables	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	t	VIF
	b	S.E	β		
Intercept	0.580***	0.100	.	5.833	
Gender (male 0, female 1)	0.076**	0.025	0.063	3.001	1.027
Age	0.003***	0.001	0.070	3.174	1.119
Income	0.022*	0.009	0.050	2.373	1.014
Recognition of environment-friendly agriculture products (0, 1)	0.027	0.028	0.020	0.962	1.039
Recognition of pesticide contamination	0.114***	0.025	0.114	4.596	1.417
Recognition of health effects of environment-friendly agriculture products	0.415***	0.023	0.410	18.133	1.176
Environmental awareness	0.133***	0.033	0.127	4.023	2.285
Public interest awareness	0.067*	0.026	0.076	2.589	1.998
Model summary	R ² = 0.353 adj R ² = 0.349, F-value = 101.485 (p = 0.000)				

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Table 7. Effects of environment-friendly agriculture products experience on the revitalizaion of organic farming

a: Support for the expansion of organic agriculture

Variables	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	t	VIF
	b	S.E	β		
Intercept	1.583**	0.123		12.883	
Gender (male 0, female 1)	0.098*	0.031	0.086	3.133	1.001
Age	0.008**	0.001	0.193	7.004	1.002
Income	0.024*	0.012	0.056	2.033	1.004
Reliability in domestic environment-friendly agriculture products	0.124**	0.037	0.117	3.314	1.653
Reliability in certification system of environment-friendly agriculture products	0.132**	0.039	0.124	3.403	1.754
Satisfaction with environment-friendly agriculture products	0.111**	0.024	0.146	4.535	1.366
Model summary	R ² = 0.150, adj R ² = 0.146 F-value = 32.982 (p = 0.000)				

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

b: Intention to buy environment-friendly agriculture products

Variables	Unstandardized coefficient		Standardized coefficient	t	VIF
	b	S.E	β		
Intercept	1.270**	0.107		11.862	
Gender (male 0, female 1)	0.060*	0.027	0.056	2.202	1.001
Age	0.005**	0.001	0.118	4.626	1.002
Income	0.007	0.010	0.017	0.648	1.004
Reliability in domestic environment-friendly agriculture products	0.174**	0.033	0.176	5.349	1.653
Reliability in certification system of environment-friendly agriculture products	0.240**	0.034	0.240	7.105	1.754
Satisfaction with environment-friendly agriculture products	0.139**	0.021	0.196	6.557	1.366
Model summary	R ² = 0.271, adj R ² = 0.267, F-value = 69.326 (p = 0.000)				

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

를 도출하였다. 환경성 인식 변수에는 수질 개선, 토양 개선, 생물 다양성, 생태적 건강성, 탄소 중립이 해당하며, 공익성 인식 변수는 농촌 문화 다양성, 농촌 경관, 농촌경제 활성화가 해당한다. 인식조사 결과 유기농업에 대한 일반 시민들의 환경성·공익성 인식이 아직까지는 친환경 농산물 소비의 중요 요인으로 작동하지 않는 것으로 나타났다. 그러나, 친환경 농산물의 가격 저항성에 대해서는 유기농업에 대한 인식 수준이 높을수록 친환경 농산물 가격에 대한 저항성이 낮은 것으로 나타났으며, 유기농업에 대한 환경성·공익성 인식이 가격에 대한 저항성을 낮춰주는 역할을 하는 것으로 나타났다. 현재 친환경 농산물 소비를 저해하는 가장 큰 요인은 가격으로(이경미와 이종호, 2018), 본 연구의 결과에 따라 친환경 농산물의 환경적, 공익적인 측면을 강조하여 홍보 및 정책 지원을 실시함으로써 그 격차를 줄여나갈 수 있을 것으로 사료된다. 또한 환경성·공익성 인식과 친환경 농산물 소비 경험이 유기농업 확대와 친환경 농산물 구매의향에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비과정에서 형성된 유기농업에 대한 긍정적인 인식이 유기농업 활성화에 대한 지지로 이어지므로 지속적인 유기농업의 가치 제고를 통하여 친환경 농산물 및 유기농업에 대한 소비가 이뤄질 수 있도록 논의가 필요하다.

대한민국 2050 탄소중립 전략, 친환경농업 육성 5개년 계획 등 주요 농촌 관련 정책에서는 친환경 농업 확산을 위해 다양한 계획을 수립하고 있다. 하지만 친환경 농업 및 유기농업의 기술적 측면 외에도 친환경 농산물 소비 확대 및 활성화를 위해서는 일반 시민들에게 유기농업에 대한 가치 인식을 제고하고 유기농업이 환경과 농촌 사회에 미치는 효과성에 대한 강조가 특히 필요할 것으로 판단된다. 본 연구의 결과에서 유기농업의 환경성, 공익성 요소에 대한 공감수준을 보았을 때 유기농업을 통한 환경성 개선에 대한 효과는 공감대가 매우 높게 형성되어있는 것으로 확인되었으나, 농촌지역에 미치는 공익적 가치에 대해서는 상대적으로 약한 것으로 나타났다. 따라서 농촌 환경, 농촌 경제, 농촌 문화 등에 유기농업이 미치는 긍정적인 영향력에 대해서 보다 공감대를 이끌어낼 수 있도록 적극적인 홍보가 필요할 것으로 보인다.

References

1. 권을혜, 박동철, 김인수(2015) 친환경농산물 구매요인이 만족도 및 재구매, 타인추천의도에 미치는 영향 연구. 한국관광레저학회 27(11): 135-153.
2. 김명현, 최탁중, 한민수, 최순군(2016) 관행농업과 유기농업이 논독에 서식하는 토양배회성 무척추동물에 미치는 영향. 한국유기농업학회 24(3): 539-556.
3. 박효순, 한순임, 이종호(2019) 친환경농산물 이미지가 지각된 품질, 지각된 가치 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국조리학회지 25(8): 183-195.
4. 송기옥(2017) 식생활 라이프스타일 유형이 소비가치관과 구매의도에 미치는 영향: 친환경 농산물의 소비와 구매를 중심으로. 호텔관광연구 19(4): 109-128.
5. 유경진, 윤혜현(2014) 친환경식품 구매고객의 가치와 태도 및 행동의도와의 인과관계 연구. 한국호텔외식관광경영학회 23(2):47-68.
6. 유진채, 공기서, 여순식, 서명철(2010) 유기농업의 공익기능에 대한 경제적 가치 평가 -실험선택법을 적용하여-. 한국유기농업학회 18(3): 291-313.
7. 윤효실, 윤혜현(2013) 개인소비가치가 친환경 농산물 구매의도에 미치는 영향: 환경의식행동의 조절 효과. 한국호텔외식관광경영학회 22(1): 253-267.
8. 이경미, 이종호(2018) 친환경농산물에 대한 건강관심도와 환경관심도가 소비자태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 가족 형태의 조절효과. 한국조리학회지 24(4): 127-138.
9. 이상엽, 김일환, 장종화(2011) 건강관심도와 친환경농산물 구매행위와의 관련성에 관한 연구. 한국자치행정정보 25(1): 77-100.
10. 이종호(2016) 친환경농산물의 구매요인이 소비자태도와 구매의도에 미치는 영향. 한국조리학회지 22(4): 204-221.
11. 이종호(2020) 친환경농산물 선택속성이 만족도 및 구매 의도와의 구조적인 인과관계에 관한 연구: 만족도의 매개효과를 중심으로. 한국조리학회지 26(3):98-108.
12. 정학균, 김창길, 김종진(2015) 친환경농업 환경보전적 기능의 경제적 가치평가. 농촌경제 38(3): 61-82.
13. 정학균, 성재훈, 임영아, 추성민, 이현정(2020) 지속가능한 친환경농식품산업 육성방안 연구. 한국농촌경제연구원
14. 최성은, 박철호(2015) 호텔 레스토랑의 친환경농산물 구매인식, 고객만족, 행동의도간의 관계 연구: 서울 시내 특급 호텔을 중심으로. 한국관광레저학회 27(11): 135-153.

15. 한국농촌경제원(2016) 국내외 친환경농산물 생산실태 및 시장전망.
16. Bengtsson, J., J. Ahnström and A. C. Weibull(2005) The effects of organic agriculture on biodiversity and abundance: A meta-analysis. *Journal of Applied Ecology* 42(2): 261-269.
17. <http://www.hani.co.kr/arti/economy/herireview/341287.html>
18. <http://www.nongsaro.go.kr>
19. https://www.rda.go.kr/board/board.do?mode=view&prgId=day_farmprmninfoEntry&dataNo=100000777021