

경인지역 대학생의 환경과 친환경농산물에 대한 인식

성민정¹ · 최효선² · 장경자^{1*}

¹인하대학교 생활과학대학 식품영양학과

²인하대학교 교육대학원 가정교육전공

Perceptions on Environment and Environment-Friendly Agricultural Products of College Students in Seoul and Incheon Area

Min-Jung Sung¹, Hyo-Seon Choi², and Kyung-Ja Chang^{1*}

¹Dept. of Food and Nutrition, College of Human Ecology, and

²Majors in Home-Economics Education, Graduate School of Education, Inha University, Incheon 402-751, Korea

Abstract

This study was performed in order to investigate perceptions on environment and environment-friendly agricultural products, knowledge level and opinion about these products. The subjects were 387 college students in Seoul and Incheon area. This survey was conducted by self-administered questionnaire. The statistical analysis was conducted using the SPSS 12.0 program. Male subjects were 53.2% and female subjects were 46.8%. 52.9% of the subjects have knowledge about environment-friendly agricultural products. Also 50.9% of the subjects knew certification label of environment-friendly agricultural products whereas 13.4% knew certification authority of environment-friendly agricultural products. The average scores of 'image of environment-friendly agricultural products', 'attitude towards environment', 'attitude towards agrichemical' were 3.84 ± 0.68 , 3.51 ± 0.73 and 3.58 ± 0.87 , respectively. In regard to 'image of environment-friendly agricultural products', the scores were significantly affected by gender ($p < 0.05$), self-recognition of health status ($p < 0.05$) and self-knowledge about environment-friendly agricultural products ($p < 0.001$). In regard to 'attitude towards environment', the scores were significantly affected by self-recognition of health status ($p < 0.05$), self-knowledge about environment-friendly agricultural products ($p < 0.001$), and information about environment friendly agricultural products certificate authority ($p < 0.01$). In regard to 'attitude towards agrichemical', the scores were significantly affected by gender ($p < 0.001$), self-recognition of health status ($p < 0.05$), supplements for health ($p < 0.05$) and self-knowledge about environment-friendly agricultural products ($p < 0.001$). Therefore, various education programs on environment-friendly agricultural products are necessary for college students to make right food choices.

Key words: perception, environment, environment-friendly agricultural products, college students

서 론

친환경농산물이란 "환경을 보전하고 소비자에게 보다 안전한 농산물을 공급하기 위해 농약과 화학비료 및 사료 첨가제 등 화학자재를 전혀 사용하지 않거나 최소량만을 사용하여 생산한 농산물"을 의미하며, 1997년 12월 13일 친환경농업육성법이 제정되면서 사용되기 시작하였다(1,2). 최근 광우병 파동, 조류 독감 발생, 중국 농산물에서의 유해물질 검출 등 식품의 안전성과 관련된 문제가 많이 발생하고 있어 안전한 농산물에 대한 관심이 증가하고 있으며, 건강과 삶의 질을 생각하는 웰빙 트렌드의 확산, 특히 올바른 식품에 대한 높은 관심으로 친환경농산물의 소비가 급증하고 있다(3). 이는 2007년 웰빙 인식정도와 웰빙 관련 실천행동에 관한

연구에서도 잘 나타나는데 '웰빙적인 삶을 추구하기 위해서 가장 중요한 것은 무엇인가?'를 묻는 질문에 가장 높은 응답률을 나타낸 것은 '좋은 음식'이었다(4). 이러한 경향으로 친환경식품 시장이 해마다 평균 17% 이상 성장하고 있으며, 식품의 형태도 갈수록 다양해지고 있다(3). 2000년대 이후 매스컴을 통해 국내에 '웰빙'이 소개된 후, 웰빙 관련 행동의 하나로 친환경농산물의 구입을 선호하는 등 건강한 삶을 위한 소비가 상업적 유행으로 번지게 되면서 대중매체의 검증되지 않은 정보 전달과 소비 조장으로 인해 소비자들이 식품을 선택하는데 혼란이 야기되고 있다(4). 소비자들이 친환경농산물의 친환경성 여부를 판단하기 어려우므로 국가기관인 국립농산물품질관리원과 27개 민간 인증기관에서 인증을 맡고 있으며, 2006년 9월부터 '친환경농업육성법'의 개정

*Corresponding author. E-mail: kjchang@inha.ac.kr
Phone: 82-32-860-8126, Fax: 82-32-862-8120

으로 소비자의 혼란을 줄이기 위해 인증의 종류가 4종류에서 3종류(유기농산물, 무농약농산물, 저농약농산물)로 간소화되었다(1). 식량 증산을 위한 관행농법이 여러 환경 문제를 발생시켜 지속가능한 농업 생산이 위협받게 되었다는 문제인식에서 친환경농업이 출발한 것으로 친환경농산물에 대한 인식을 알아보는 것과 함께 환경에 대한 인식을 알아보는 것이 필요하다(5). 정부의 친환경농업 육성정책과 친환경농산물에 대한 소비자의 관심이 높아지면서 친환경농산물에 대한 소비자 인식이 우호적으로 변화하고 있으나, 가격적인 면에서는 '가격에 상관없이 구입한다'는 입장과 '너무 비싸서 구입하지 않는다'로 양분되는 경향을 보이고 있어 친환경농산물의 소비 증진을 위해 소비자 인식과 함께 소비자의 요구를 정확히 파악하는 것이 중요하다(3).

선행연구들은 주부(6,7), 유기농식품 구매자(8,9) 등 현재 소비 주체를 대상으로 유기농산물·친환경농산물의 소비실태, 소비자 인식 등을 조사한 것이 대부분으로 Park(6)의 조사결과에서 주부들은 식품을 구입할 때 안전성에 대해 가장 많이 고려하는 것으로 나타났으며, 유기농산물을 구입하는 주된 이유가 유기농산물을 안전하다고 인식하고 있기 때문이었고, 2004년 친환경농산물 전문매장을 이용하는 여성을 대상으로 조사한 연구에서 구입하는 친환경 농산물에 업체류가 가장 많았다(8). Yoon 등(7)의 연구결과 대구지역 주부들은 유기농산물의 품질에 대한 신뢰도와 인식수준이 낮은 편이었으며, Kim(9)이 농협 하나로점 고객을 중심으로 유기농산물의 소비 형태를 조사한 연구에서 소비자들의 환경보전에 대한 인식은 비교적 높았으나 유기농산물에 대한 인식은 낮았고, 유기농산물의 식별 시 구체적인 내용에 대해서는 잘 모르고 있었다. 최근 연구들은 새로운 유기농식품 소비자를 찾기 위해 조사대상의 범위를 넓히고 있다(10,11). Magnusson 등(10)이 스웨덴의 18~57세 소비자들을 대상으로 유기농산물에 대한 태도를 조사한 결과, 18~25세의 젊은층이 중·장년층보다 유기농식품에 대해 더 긍정적으로 생각하고 있었으며, 향후 구입의사도 높았다. Stobbelaar 등(11)은 청소년들의 유기농식품에 대한 자가 지식과 실제 지식간의 차이가 있음을 보이며 이들에 대한 교육의 필요성을 제기하였다.

청소년에서 신체적, 정신적 성숙이 이루어지는 초기 성인기에 해당되는 대학생은 성인기 식생활 양식의 토대가 되는 중요한 시기에 있다(12). 이들은 고등학교 때까지의 수동적이고 의존적인 생활 방식에서 벗어나 자율적이고 독립적으로 생활하게 되고, 폭넓은 경제생활을 경험하게 되나 소비자로서 바람직한 가치관을 가질 수 있게 해주는 소비자 교육은 부족한 실정이다. 그러나 이 시기에 성립된 소비 태도는 앞으로의 소비 태도에 계속 영향을 미치게 되며 이 시기에 성립된 올바른 식습관 및 식생활습관은 장년 및 노년기의 건강상태를 좌우하게 되므로 매우 중요하다(13).

이에 본 연구는 향후 잠재적 수요가 예상되는 미래의 소비

자인 대학생들을 대상으로 하여 친환경농산물에 대한 지식 정도와 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 알아보고자 하였다. 아울러 친환경농산물에 대한 지식이 환경과 친환경농산물에 대한 인식에 미치는 영향을 분석하고 친환경농산물의 소비증진 방안을 제시하여, 올바른 식생활 문화의 성립을 위한 기초 자료를 제공하는데 그 목적을 두고 있다.

연구내용 및 방법

조사대상 및 기간

본 연구는 서울, 인천에 위치한 대학교 2개교에서 영양교육 교양강의를 수강하는 대학생을 대상으로 2006년 3월 24일부터 4월 26일까지 설문 조사를 실시하였다. 대학생 500명을 대상으로 설문조사를 실시하여 이 중 415명으로부터 설문지를 회수하였으며 응답 내용이 불충분한 설문지를 제외한 남자 206명, 여자 182명 총 387명의 설문지를 통계 분석에 사용하였다.

조사방법 및 내용

설문지는 친환경농산물에 관한 선행연구(8,,9)를 참고하여 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 묻는 문항을 골라 수정·보완하여 작성한 후 조사대상자로 하여금 자기 기입식으로 설문지에 응답하게 하였다.

일반사항: 일반사항으로 조사대상자의 성별, 거주형태, 자신의 건강상태에 대한 자가 인식 정도, 영양제 및 건강보조식품의 섭취 여부를 포함하였다.

친환경농산물에 대한 지식정도: 친환경농산물에 대한 지식은 친환경농산물에 대한 자가 지식 정도, 친환경농산물 인증마크(국립농산물품질관리원의 인증마크인 수리부엉이 마크, 지리적표시제마크, 우수농산물인증마크, 친환경농산물인증마크, 농산물품질인증마크 중 친환경농산물인증마크를 선택하게 함), 친환경농산물의 인증기관을 묻는 문항으로 구성하였다.

환경과 친환경농산물에 대한 인식: 환경과 친환경농산물에 대한 인식은 환경, 농약, 친환경농산물에 대한 태도 등 14문항에 대해 5점 척도(매우-5, 조금-4, 보통-3, 아니다-2, 전혀 아니다-1)로 응답하게 하여 평가하였다.

친환경농산물에 대한 소비증진 방안: 친환경농산물의 소비증진 방안에 대하여 다중응답으로 조사하였다.

통계분석

조사된 모든 자료의 통계처리는 SPSS 12.0 program을 이용하였다. 각 조사항목에 따라 백분율, 평균값, 표준편차를 구하였다. 환경과 친환경농산물에 대한 인식은 요인분석(Factor analysis)을 실시하여 3개의 요인(Eigen value 1.0이상)을 추출하였으며, 3개 요인의 내적 일관성을 검증하는 Cronbach's α 계수를 구하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 일반사항, 친환경농산물에 대한 지식 정도와 견해에 따른 환경

Table 1. General characteristics of the subjects (n=387)

Variables	N (%)
Gender	
Male	206 (53.2)
Female	181 (46.8)
Residence type	
House w/family	255 (65.9)
Boarding w/self-cooking	101 (26.1)
Boarding	8 (2.1)
Dormitory	19 (4.9)
House w/relatives	4 (1.0)
Self-recognition on health status	
Good	165 (42.6)
Fair	192 (49.6)
Poor	30 (7.8)
Supplements for health	
Chinese herb medicine	14 (3.6)
Dietary supplement	59 (15.2)
Health functional food	18 (4.7)
No	296 (76.5)

과 친환경농산물에 대한 인식 수준은 Student's t-test와 One way ANOVA 분석을 실시하여 각 변인간의 통계수치 차이의 유의성을 검정하였다. One way ANOVA 분석시 $p < 0.05$ 수준에서 유의성을 검정하였으며, Duncan's multiple range test에 의해 사후검증을 하였다.

결과 및 고찰

조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반적인 사항은 Table 1과 같다. 조사대상자의 53.2%인 206명이 남학생이었고 46.8%인 181명이 여학생이었으며, 거주형태는 자택이 65.9%로 가장 많았고, 그 다음이 자취 26.1%, 기숙사 4.9%, 하숙 2.1%, 친척집 1.0%이었다. 자신의 건강상태에 대한 자가 인식 정도는 '보통이다' 49.6%, '건강하다' 42.6%, '허약하다' 7.8% 순으로 나타났으며, 영양제 및 건강보조 식품의 섭취를 묻는 질문에 76.5%가 '안먹는다'고 응답하였고, 영양제 15.2%, 건강보조식품 4.7%, 한약 3.6% 순으로 섭취하고 있었다. 아직 건강을 위협하는 뚜렷한 증상이 나타나지 않는 시기이다보니 대학생들은 건강에 대한 강한 자신감으로 건강관리에 소홀할 수 있으므로 이 시기에 올바른 건강 습관을 형성시키려는 노력이 필요하다.

친환경농산물에 대한 지식 정도

Table 2는 친환경농산물에 대한 지식 정도를 나타낸 것이다. 친환경농산물에 대해 정확히 알고 있는지 묻는 질문에 '매우 잘 알고 있다'와 '잘 알고 있다'로 응답한 비율이 52.9%로, 2004년 부산지역 학교급식 영양사를 대상으로 조사한 연구에서 82.8%가 '알고 있다'고 응답한 결과보다는 낮았으나(14), Raab과 Grobe(15)가 Oregon의 소비자를 대상으로 미국 농림부의 유기농 기준에 대해 알고 있는지 묻는 질문에

Table 2. Knowledge level on environment-friendly agricultural products

Variables	N (%)
Knowledge about environment-friendly agricultural products	
Know very well	35 (9.0)
Know well	170 (43.9)
Average	137 (35.4)
Don't know	45 (11.6)
Total	387 (100.0)
Certification mark of environment-friendly agricultural products	
Correct answer	197 (50.9)
Wrong answer	190 (49.1)
Total	387 (100.0)
Choice of wrong answer	
Eagle-owl mark	6 (3.2)
Geographical indication mark	19 (10.0)
Good agricultural practices mark	40 (21.1)
Agricultural products quality certification mark	125 (65.8)
Total	190 (100.0)
Information on environment-friendly agricultural products certificate authority	
Know	52 (13.4)
Don't know	335 (86.6)
Total	387 (100.0)

응답자의 51.5%가 '알고 있다'고 응답한 결과와는 비슷한 수준을 나타내었다. 소비자들이 친환경농산물을 일반농산물과 구별하는 방법으로 친환경농산물인증마크가 있으며, 이러한 친환경농산물인증마크를 정확히 아는 것은 매우 중요하며 기본이라고 할 수 있다. 조사대상자들에게 국립농산물품질관리원의 인증마크인 수리부영이마크, 지리적표시제마크, 우수농산물인증마크(GAP), 친환경농산물인증마크, 농산물품질인증마크를 그림으로 보여주고 그 중 친환경농산물인증마크를 선택하게 하였다. 그 결과 50.9%의 학생들만이 정확하게 알고 있었다. 나머지 40.1%의 학생들이 오답으로 선택한 것은 농산물품질인증마크가 65.8%로 가장 많았고, 그 다음으로 우수농산물인증마크 21.1%, 지리적표시제마크 10.0%, 수리부영이 마크 3.2% 순이었다. 이는 응답자의 대부분이 중등교육을 친환경인증마크를 언급하고 있는 7차 교육과정의 가정 교과서로 배우지 못했기 때문에 친환경농산물인증마크에 대해 잘 알지 못하며 이럴 경우, 이들은 익숙한 농산물품질인증마크를 선택한 것으로 사료된다. 또한 친환경농산물의 인증을 정부와 민간기관에서 병행하고 있는 것을 아는지 묻는 질문에 87.0%가 모른다고 응답하였다. 표로 나타내지는 않았으나 전체 학생들(387명) 중 친환경농산물에 대한 자가 지식을 묻는 문항에 '매우 잘 알고 있다'와 '잘 알고 있다'로 응답한 205명의 학생들을 대상으로 친환경농산물인증마크와 인증기관에 대해 올바르게 알고 있는지 통계분석을 실시한 결과, 친환경농산물인증마크를 올바르

게 선택한 학생은 48.8%이었고, 정부와 민간기관에서 친환경농산물인증을 해주고 있다는 사실을 아는 학생은 8.8%에 불과하였다. 이렇듯 조사대상자들의 자가 지식 정도와 실제 지식 간에 많은 차이를 보여 친환경농산물의 소비촉진과 시장 확대를 위해서는 친환경농산물인증마크에 대한 홍보와 보다 정보화된 소비자 교육이 필요하다고 사료된다.

환경과 친환경농산물에 대한 인식

환경과 친환경농산물에 대한 요인 분석: 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 유형화하기 위해 총 14문항에 대하여 요인 분석을 실시하여 Table 3에 나타내었다. 요인분석에 사용된 요인 모형(factor model)은 주성분 분석법이며, 직교회전법(varimax)으로 요인 회전(factor rotation)을 시켰다. 요인수의 결정시 고유치(eigen value)가 1.0 이상인 5개의 요인을 추출하였으며, 5개 요인에 의해 설명되는 누적 분산 비율은 67.7%이었다. 5개의 요인을 대상으로 내적 일관성을 판단하는 Cronbach's α 계수를 구하여 Cronbach's α 계수가 0.6 이하인 2개 요인(4문항)을 제거하고, 총 3개 요인(10개의 문항)을 추출하여 친환경농산물의 이미지, 환경에 대한 태도, 농약에 대한 태도로 명명하였다. 추출된 3개 요인의 Cronbach's α 계수는 모두 0.6 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준이라 볼 수 있다. 친환경농산물의 이미지는 '친환경농산물은 신선하고 깨끗한 것이다', '친환경농산물은 일반농산물에 비해 신뢰할 수 있다', '품질인증마크가 붙은 친환경농산물은 믿을 수 있다', '친환경농산물은 건강에 좋은 것이다', '친환경농산물은 환경을 위해 꼭 필요하다'의 5개 문항으로 구성되어 있으며 Cronbach's α 계수는 0.832이었다. 환경에 대한 태도는 '평소 지구 환경의 보전에 대해 깊은 인식을 갖고 있다', '우리나라 토양과 수질오염문제에 대해 평소에 관심이 많다', '환경은 후세들을 위하여 최대한 보전하는 것이 원칙이다'의 3문항으로 구성되어 있으며 Cronbach's α 계수는 0.708이었고, 농약에 대한 태도는 '농산물을

세척할 때 농약에 대한 불안감 때문에 깨끗이 씻어 먹는 편이다', '농산물을 볼 때 농약 과다사용에 대한 불안감이 있는 편이다' 2문항으로 구성되어 있으며 Cronbach's α 계수는 0.622이었다.

환경과 친환경농산물에 대한 인식: 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 5점 척도로 조사한 요인별 결과는 Table 4에 나타내었다.

친환경농산물의 이미지에 대한 5문항의 평균 점수는 3.84 ± 0.68 로 높게 나타났다. 5문항 중 '친환경농산물은 건강에 좋은 것이다'라는 문항이 3.95 ± 0.84 로 가장 높은 점수를 나타내었고, 다음으로 '친환경농산물은 환경을 위해 꼭 필요하다'(3.86 ± 0.86), '친환경농산물은 신선하고 깨끗한 것이다'(3.85 ± 0.87), '친환경농산물은 일반농산물에 비해 신뢰할 수 있다'(3.84 ± 0.91), '품질인증마크가 붙은 친환경농산물은 믿을 수 있다'(3.70 ± 0.92)이었다. 조사대상자들은 친환경농산물=건강, 친환경농산물=환경으로 인식하고 있었으며 이러한 인식은 친환경농산물의 구매 행동에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다. Park(6)의 유기농법 식품에 대한 인식과 구매에 관한 연구에서 유기농법 식품에 대한 인식을 묻는 9개의 문항 중 '건강에 유익하다'가 4.37로 가장 높은 점수를 나타내었고, Radman(16)의 연구에서도 유기농산물은 '건강에 유익하다'에 4.61로 가장 높은 점수를 나타내었다. 친환경농산물의 이미지에 대한 5문항 중 '품질인증마크가 붙은 친환경농산물은 믿을 수 있다'의 평균 점수가 가장 낮았는데, Nam(5)은 친환경농산물과 일반농산물과의 품질 차별화에 대한 인식이 낮아 일부 소비자들은 친환경농산물인증마크가 붙은 친환경농산물에 대해서도 낮은 신뢰도를 보였다고 하였다.

환경에 대한 태도는 '평소 지구 환경의 보전에 대해 깊은 인식을 갖고 있다', '우리나라 토양과 수질오염문제에 대해 평소에 관심이 많다', '환경은 후세들을 위하여 최대한 보전

Table 3. Factor analysis from perception on environment and environment-friendly agricultural products

Variables	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Environment friendly agricultural products are fresh and pure	0.806		
Environment friendly agricultural products are more reliable than general agricultural products	0.780		
Environment friendly agricultural products are reliable in which quality certification label is attached	0.768		
Environment friendly agricultural products are good for health	0.768		
Environment friendly agricultural products are necessary for environment	0.706		
Have a understanding of global environmental preservation		0.857	
Have many interests in soil and water pollution		0.795	
Concerned on environmental preservation for the age to come		0.690	
Washing agricultural products because feeling of uneasiness about agrichemical			0.838
Have a feeling of uneasiness if there is too much use of agrichemical in agricultural products			0.811
Eigen value	3.31	1.89	1.28
Variance (%)	33.14	18.93	12.76
Cronbach's α	0.832	0.708	0.622

Factor 1: reliability about environment-friendly agricultural products, Factor 2: attitude towards environment, Factor 3: attitude towards agrichemical.

Table 4. Perception on environment and environment-friendly agricultural products

	Variables	Mean ± SD
Reliability about environment-friendly agricultural products	Environment friendly agricultural products are fresh and pure	3.85 ± 0.87
	Environment friendly agricultural products are more reliable than general agricultural products	3.84 ± 0.91
	Environment friendly agricultural products are reliable in which quality certification label is attached	3.70 ± 0.92
	Environment friendly agricultural products are good for health	3.95 ± 0.84
	Environment friendly agricultural products are necessary for environment	3.86 ± 0.86
	Average	3.84 ± 0.68
Attitude towards environment	Have a understanding of global environmental preservation	3.18 ± 0.93
	Have many interests in soil and water pollution	3.17 ± 0.92
	Concerned on environmental preservation for the age to come	4.16 ± 0.90
	Average	3.51 ± 0.73
Attitude towards agrichemical	Washing agricultural products because feeling of uneasiness about agrichemical	3.65 ± 1.00
	Have a feeling of uneasiness if there is too much use of agrichemical in agricultural products	3.50 ± 1.05
	Average	3.58 ± 0.87

Response: 5 point Likert scale (strongly agree, 5; agree, 4; average, 3; disagree, 2; strongly disagree).

하는 것이 원칙이다' 3문항으로 구성되어 있으며 3문항의 평균 점수는 3.51 ± 0.73 이었고, 3문항 중 '환경은 후세들을 위하여 최대한 보전하는 것이 원칙이다'라는 문항이 4.16 ± 0.90 으로 가장 높은 점수를 나타내었다. 이는 Kim(9)의 연구에서 환경에 대한 태도를 묻는 3문항의 평균 점수가 4.4를 보인 것과 비교하면 조금 낮은 점수였으나 이러한 환경보전의식과 후세들을 생각하는 마음이 친환경농산물의 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다.

농약에 대한 태도는 '농산물을 세척할 때 농약에 대한 불안감 때문에 깨끗이 씻어 먹는 편이다', '농산물을 볼 때 농약과다사용에 대한 불안감이 있는 편이다' 2문항의 평균 점수는 3.58 ± 0.87 로 농약의 과다 사용과 잔류에 대한 불안감이 높았다. 1997년 도시 주부들을 대상으로 유기농산물에 대한 인식과 실태를 조사한 결과에서도 97.7%의 주부들이 과일이나 채소 구입 시 농약에 대해 염려한다고 하였으며, 그 해결방법으로 80.4%가 깨끗이 씻는다고 하였다(17). 최근에 농산물을 구입한 경험이 있는 주부들을 대상으로 농산물의 농약사용에 대해 질문한 결과 '농약을 점차 줄여야 한다'(46.0%), '생산상의 가격이 비싸지더라도 농약을 사용하지 말아야 한다'(34.5%)로 농약 사용에 대한 부정적인 의견이 전체의 80.5%를 차지하였다(17).

친환경농산물에 대한 인식에 영향을 미치는 요인

일반사항: 일반사항에 따른 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 Table 5에 나타내었다. 친환경농산물의 이미지에 대한 점수는 남학생 3.77 ± 0.67 , 여학생 3.91 ± 0.68 로 여학생의 점수가 유의하게 높게 나타났으며($p < 0.05$), 자신의 건강상태에 대한 자가 인식에 '건강하다'와 '보통이다'라고 생각하는 경우, 친환경농산물의 이미지에 대한 점수가 높게 나타났($p < 0.05$). 환경에 대한 태도 점수는 자신의 건강상태에 대한 자가 인식에 '건강하다'와 '보통이다'라고 생각하는 경우에 높게 나타났으며, 농약에 대한 태도에 영향을 주는 요인

으로 성별($p < 0.001$), 자신의 건강상태에 대한 자가 인식($p < 0.05$), 영양제 및 건강 보조식품의 섭취($p < 0.05$)에서 유의한 차이를 나타내었다.

친환경농산물에 대한 지식: Table 6에서 보는 것과 같이 친환경농산물의 이미지, 환경에 대한 태도, 농약에 대한 태도에 영향을 주는 요인으로 친환경농산물에 대한 자가 지식 정도가 있었으나($p < 0.001$) 본 연구 결과 대학생들의 친환경농산물에 대한 자가 지식 정도와 실제로 알고 있는 지식 간에 큰 차이를 보이고 있어 이에 대한 고려가 필요하다고 사료된다. 친환경농산물의 인증을 정부와 민간기관에서 병행하고 있는 것을 '안다'고 응답한 경우, 환경에 대한 태도 점수가 유의하게 높게 나타났($p < 0.01$).

친환경농산물의 소비증진 방안

친환경농산물의 소비증진 방안에 대한 견해를 Table 7에 나타내었다. 친환경농산물의 소비증진을 위해 개선되어야 할 점으로는 '가격인하'에 대한 의견이 48.3%로 가장 많았고, '믿을 수 있는 생산자와 제조회사의 확립' 21.2%, '친환경농산물에 대한 홍보강화' 15.0%, '구매 장소의 다양화' 11.9%, '친환경농산물의 품질 향상' 8.3%, '품질인증 표시제도의 강화' 4.4% 순이었다. 친환경농산물은 높은 인건비, 재배과정에서의 생산비 증가, 다품목 소량 유통으로 인한 높은 물류비 등으로 인해 일반농산물에 비해 1.3~3.5배 정도 가격이 높은 것으로 조사되었다(18). 소비자들은 친환경농산물이 일반농산물보다 비싼 이유를 올바르게 인식해야하며, 생산자와 소비자가 서로 만족할 수 있는 적절한 가격으로 유통되기 위해 물류비 등 비용 절감이 필요하다고 사료된다. 이미 선진화된 대규모 친환경식품 시장을 갖고 있는 몇몇 국가들에서는 친환경식품과 일반식품 간의 가격 차이가 줄어들고 있으며(3), 친환경농산물은 도매시장 유통보다는 직거래 방식으로 유통되어지고 있으므로 구매 장소의 다양화로 친환경농산물을 우리 주변에서 쉽게 구입할 수 있는 편리성이

Table 5. Perception on environment and environment-friendly agricultural products by general characteristics

Variables	Reliability about environment-friendly agricultural products	Attitude towards environment	Attitude towards agrichemical
Gender			
Male	3.77±0.67	3.51±0.74	3.40±0.88
Female	3.91±0.68	3.50±0.71	3.78±0.83
t-value	0.79*	0.26 ^{NS}	0.85 ^{***}
Residence type			
House w/family	3.83±0.67	3.47±0.75	3.58±0.87
Boarding w/self-cooking	3.79±0.75	3.54±0.71	3.51±0.90
Boarding	4.00±0.60	3.46±0.80	3.81±0.65
Dormitory	4.17±0.47	3.75±0.49	3.68±0.82
House w/relative	3.90±0.62	3.75±0.57	3.75±1.44
F-value	1.41 ^{NS}	0.86 ^{NS}	0.38 ^{NS}
Self-recognition of health status			
Good	3.88±0.68 ^b	3.54±0.73 ^b	3.45±0.88
Fair	3.84±0.62 ^b	3.53±0.68 ^b	3.66±0.86
Poor	3.55±0.95 ^a	3.18±0.92 ^a	3.73±0.89
F-value	3.18*	3.36*	3.19*
Supplements for health			
Chinese herb medicine	3.91±0.68	3.88±0.36	3.68±0.99
Dietary supplement	3.97±0.62	3.58±0.73	3.90±0.77
Health functional food	3.92±0.47	3.54±0.77	3.56±0.98
No	3.80±0.70	3.47±0.73	3.51±0.87
F-value	1.15 ^{NS}	1.71 ^{NS}	3.39*

Response: 5 point Likert scale (strongly agree, 5; agree, 4; average, 3; disagree, 2; strongly disagree, 1). Values are mean±SD. ^{NS}Not significant. *p<0.05, ***p<0.001. ^{a,b}Values with different superscripts in the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test.

Table 6. Perception on environment and environment-friendly agricultural products by knowledge level on environment-friendly agricultural products

Variables	Reliability about environment-friendly agricultural products	Attitude towards environment	Attitude towards agrichemical
Knowledge about environment-friendly agricultural products			
Know very well	3.53±0.70 ^a	2.85±0.71 ^a	2.87±0.95 ^a
Know well	3.78±0.66 ^b	3.39±0.71 ^b	3.50±0.87 ^b
Average	3.88±0.66 ^b	3.71±0.65 ^c	3.75±0.77 ^{bc}
Don't know	4.16±0.68 ^c	3.85±0.62 ^c	3.88±0.82 ^c
F-value	6.68 ^{***}	20.79 ^{***}	12.68 ^{***}
Certification label of environment-friendly agricultural products			
Correct answer	3.88±0.63	3.54±0.71	3.64±0.82
Wrong answer	3.79±0.73	3.46±0.75	3.51±0.92
t-value	1.34 ^{NS}	1.08 ^{NS}	1.57 ^{NS}
Information on environment friendly agricultural products certificate authority			
Know	3.80±0.69	3.76±0.64	3.62±0.80
Don't know	3.84±0.68	3.47±0.73	3.57±0.89
t-value	0.43 ^{NS}	2.77 ^{**}	0.35 ^{NS}

Response: 5 point Likert scale (strongly agree, 5; agree, 4; average, 3; disagree, 2; strongly disagree, 1). Values are mean±SD. ^{NS}Not significant. **p<0.01, ***p<0.001. ^{a-c}Values with different superscripts in the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test.

요구되어진다(19). Kim(8)의 연구에서도 친환경농산물의 품질을 묻는 질문에 일반농산물에 비해 친환경농산물의 품질이 우수하다고 응답한 비율은 84.3%로 15.7%의 소비자는 만족하지 못하고 있어 품질 향상을 위한 더 많은 노력이 요

구되어지며, 품질인증은 친환경농산물에 대한 신뢰를 줄 수 있는 중요한 부분으로 친환경농산물의 소비 증가 추세가 지속되기 위해서는 품질인증 제도에 있어 친환경농산물과 일반농산물이 명확히 구분되어 표시되어야 할 것이다.

Table 7. Improvement strategy for the increase of environment-friendly agricultural products consumption¹⁾

Lower price	187 (48.3)
Diversification of purchasing store	46 (11.9)
Upgrade of quality	32 (8.3)
More public relations campaign	58 (15.0)
Reliable producer and manufacturing company	82 (21.2)
Improvement of quality certification system	17 (4.4)

¹⁾multiple answer.

요 약

본 연구는 경인지역 대학생을 대상으로 친환경농산물에 대한 지식정도를 알아보고, 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 5점 척도로 평가하여 일반사항, 환경농산물에 대한 지식이 환경과 친환경농산물에 대한 인식에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 실시되었으며, 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 친환경농산물에 대한 자가 지식을 묻는 문항에 친환경농산물에 대해 ‘매우 잘 알고 있다’와 ‘잘 알고 있다’로 응답한 비율이 52.9%이었으며, 친환경농산물인증마크를 올바르게 선택한 학생은 50.9%이었다. 나머지 40.1%의 학생들이 오답으로 선택한 것 중 농산물품질인증마크가 65.8%로 가장 많았으며, 친환경농산물의 인증을 정부와 민간기관에서 병행하고 있는 것에 대해 87.0%가 모른다고 응답하였다. 둘째, 환경과 친환경농산물에 대한 인식을 5점 척도로 조사한 요인별 결과, 친환경농산물의 이미지에 대한 5문항의 평균 점수는 3.84 ± 0.68 로 높게 나타났으며, 5문항 중 ‘친환경농산물은 건강에 좋은 것이다’라는 문항이 3.95 ± 0.84 로 가장 높은 점수를 나타내었고 ‘품질인증마크가 붙은 친환경농산물은 믿을 수 있다’의 평균 점수는 3.70 ± 0.92 로 가장 낮았다. 셋째, 환경에 대한 태도 3문항의 평균 점수는 3.51 ± 0.73 이었고, 3문항 중 ‘환경은 후세들을 위하여 최대한 보전하는 것이 원칙이다’라는 문항이 4.16 ± 0.90 으로 가장 높은 점수를 나타내어 이러한 환경보전 의식과 후세들을 생각하는 마음이 친환경농산물의 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다. 넷째, 농약에 대한 태도 2문항의 평균 점수는 3.58 ± 0.87 로 농약의 과다 사용과 잔류에 대한 불안감이 높았으며, 친환경농산물에 대한 인식에 영향을 미치는 요인 중 친환경농산물에 대한 자가 지식 정도는 친환경농산물의 이미지, 환경에 대한 태도, 농약에 대한 태도 모두에 유의한 영향을 나타내었다. 다섯째, 친환경농산물의 소비 증진을 위해 개선되어야 할 점으로는 ‘가격인하’에 대한 의견이 48.3%로 가장 많았고, ‘믿을 수 있는 생산자와 제조회사의 확립’ 21.2%, ‘친환경농산물에 대한 홍보강화’ 15.0%, ‘구매 장소의 다양화’ 11.9%, ‘친환경농산물의 품질 향상’ 8.3%, ‘품질인증 표시제도의 강화’ 4.4% 순이었다. 이상에서 조사된 바에 의하면 대학생들은 친환경농산물을 환경과 건강에 좋은 농산물로 인식하고 있었으나 친환경농산물과 관련된 지식이 부

족한 것으로 나타났다. 환경과 친환경농산물에 대한 좋은 인식은 구매 행동으로 이어질 수 있으며, 친환경농산물에 대한 올바른 지식은 구매 시 단순히 ‘가격’을 기준으로 판단하지 않게 해 줄 것이고, 끊임없는 유통 구조의 개선과 친환경농산물을 찾는 소비자의 증가는 친환경농산물의 ‘가격 인하’로까지 이어질 것이다. 소비자로서 바람직한 가치관을 가지고 올바르게 식품을 선택할 수 있도록 대중매체는 친환경농산물에 대한 적극적인 홍보를 수행하여야 하며 대학생들을 대상으로 식품 선택 및 소비자 교육을 실시하여 올바른 정보를 제공해 주어야 할 것이다.

문 헌

1. Ministry of Agriculture & Forestry Republic of Korea 2006. <http://www.maf.go.kr/index.jsp>
2. Choi HS. 2007. The utilization and perception on environment friendly agricultural products of the college students. *MS Thesis*. Inha University.
3. Bae KG. 2006. Current situation of agricultural organic products and organic processing food. *Food Science and Industry* 39: 35-51.
4. Kim HK, Kim JH. 2007. Comparison of awareness and practice on well-being life and related behaviors according to generations. *Korean J Community Nutrition* 12: 426-439.
5. Nam SM. 2004. A study on the marketing strategy for environment friendly agricultural products. Article of 2004 Conference of Korean Academy of Marketing Science. p 381-409.
6. Park YS. 1997. A study on the consumer's understanding and purchasing of organic farming foods. *J East Asian Soc Dietary Life* 7: 502-511.
7. Yoon JS, Moon KD, Lee HC. 1998. A study on the consumer perception of housewives living in Taegu area for farm products and processed foods. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 27: 543-552.
8. Kim YS. 2004. A study on the utilization present status and the satisfaction with environment-friendly agricultural products. *MS Thesis*. Sookmyung Women's University. p 19-87.
9. Kim MB. 2000. Research on the consumption pattern of organic crop -A research based on Hanaro mart customers-. *MS Thesis*. Dongguk University. p 27-98.
10. Magnusson MK, Arvola A, Hursti UKK. 2001. Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal* 103: 209-226.
11. Stobbelaar DJ, Casimir G, Borghuis J, Marks I, Meijer L, Zebeda S. 2007. Adolescents' attitudes towards organic food: a survey of 15- to 16-year old school children. *Int J Consumer Studies* 31: 349-356.
12. Han KS. 2005. Self efficacy, health promoting behaviors and symptoms of stress among university students. *J Korean Acad Nurs* 35: 585-592.
13. Kim JH. 2007. Comparison of consumer choice between high school students and college students. *J Korean Living Science Assoc* 16: 775-782.
14. 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.

15. Raab C, Grobe D. 2005. Consumer knowledge and perceptions about organic food. *Journal of Extension* [on-line] 43(4) article number 4RIB3.
16. Radman M. 2005. Consumer consumption and perception of organic products in croatia. *British Food Journal* 107: 263-273.
17. Hyun TS, Kim WS. 1997. A study on the perception and consumption of imported and organic produce of urban housewives. *Korean J Community Nutrition* 2: 74-85.
18. Ahn HD. 2004. A survey on circulation of environment friendly agricultural products. *Food World* 5(10): 28-33.
19. Ko BS, Ko PS. 2005. The study on the characteristics of circulation of environmentally friendly agricultural products and the consumer's purchase intention. *Korean J Culinary Research* 11: 214-227.

(2007년 9월 27일 접수; 2008년 3월 7일 채택)