



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경영학박사 학위논문

농수산물인증제도에 대한 소비자
신념 및 구매의도의 편향성에 관한
연구



2016년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

해 양 수 산 경 영 학 과

박 정 아

경영학박사 학위논문

농수산물식품인증제도에 대한 소비자
신념 및 구매의도의 편향성에 관한
연구

지도교수 장 영 수

이 논문을 경영학 박사 학위논문으로 제출함.

2016년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

해 양 수 산 경 영 학 과

박 정 아

박정아의 경영학박사 학위논문을 인준함.

2016년 8월 26일

위 원 장 경제학박사 정 명 생 (인)

위 원 수산학박사 송 정 현 (인)

위 원 경영학박사 김 도 훈 (인)

위 원 수산학박사 장 홍 석 (인)

위 원 경영학박사 장 영 수 (인)

<제 목 차 례>

ABSTRACT

I. 서 론	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구의 가치	3
3. 연구의 범위 및 방법	4
II. 이론적 배경 및 선행연구	6
1. 소비자 행동	6
가. 신념과 신념편향	6
나. 행동의도와 구매의도	8
다. 내재적 단서와 외재적 단서	10
라. 추론의 이원적 프로세스	11
2. 주관적 확률모델	14
가. 신념간 주관적 확률모델	14
나. 신념-행동의도간 주관적 확률모델	20
다. 공분산기반모형을 통한 구매의도의 편향성 도출	23
III. 우리나라 식품인증제도 운용실태	29
1. 식품인증제도 현황	29
2. 농수축산물 공통 적용 식품인증제도	36
3. 식품별-인증 제도별 실제 판매상품 현황	41
4. 국내 식품인증제도에 관한 선행연구	47

IV. 연구가설 설정 및 연구설계	52
1. 연구가설의 설정	52
2. 연구 설계	54
가. 식품인증제도 사전신념 인터뷰 조사	54
나. 설문지 및 실험자극물에 대한 삼단논법의 구성	56
다. 실험대상과 기간	58
라. 실험절차 및 측정	59
V. 실증분석 결과	61
1. 표본의 일반적 특성	61
2. 연구가설의 검증	63
가. 식품인증제도에 대한 소비자의 주관적 신념 확률	63
나. 주관적 확률모델과 객관적 확률모델의 상관관계	71
다. 식품인증제도에 대한 사전신념과 구매의도의 관계	73
라. 식품인증제도에 대한 사전신념과 구매편향성의 관계	83
VI. 결론 및 시사점	91
1. 연구결과의 요약	91
2. 연구의 시사점	98
3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향	104
<참고문헌>	106
<부록 1>	114
<부록 2>	115

〈표 차례〉

〈표 1〉 주관적 확률모델을 통한 행동의도 확률 및 공분산 기반모형을 통한 행동의도 편향성 도출	26
〈표 2〉 부처별 식품관련 인증 및 표시제도 운용현황	31
〈표 3〉 제도 효력에 따른 식품관련 인증 및 표시제도 운용현황	32
〈표 4〉 주요 농수축산물 및 식품 인증마크와 인증세부내용	33
〈표 5〉 농수축산식품에 공통 적용되는 인증제도	37
〈표 6〉 법률에 명시된 품목별 이력추적시스템 도입목적	39
〈표 7〉 법률에 근거한 각 식품 인증제도의 도입목적 핵심키워드	40
〈표 8〉 실제 판매처에서 확인한 친환경인증식품 진열 현황	44
〈표 9〉 실제 판매처에서 확인한 이력추적식품 진열 현황	45
〈표 10〉 실제 판매처에서 확인한 HACCP 인증식품 진열 현황	45
〈표 11〉 실제 판매처에서 확인한 지리적표시제 인증식품 진열 현황	46
〈표 12〉 식품인증제도 사전신념 규명을 위한 인터뷰조사 결과	56
〈표 13〉 표본의 일반적인 특성	62
〈표 14〉 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 평균값	64
〈표 15〉 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 차이검증	66
〈표 16〉 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 에 따른 식품인증제도 순위	67
〈표 17〉 식품별 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 차이검증	68
〈표 18〉 식품인증제도내 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 차이검증	70
〈표 19〉 식품인증제도내 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 순위	71
〈표 20〉 관찰된 구매의도 $P(i)$ 와 예측된 구매의도 $P(i')$ 의 상관분석	72
〈표 21〉 식품인증제도별 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 평균값	74
〈표 22〉 식품인증제도별 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 차이검증	76
〈표 23〉 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 에 따른 식품인증제도 순위	78
〈표 24〉 식품별 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 차이검증	79

<표 25> 식품인증제도내 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 차이검증	81
<표 26> 식품인증제도내 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 순위	82
<표 27> 식품인증제도의 사전신념에 따른 소비자 구매편향 Δi 검증	85
<표 28> 식품인증제도별 소비자의 구매편향 Δi 비교	86
<표 29> 식품별 소비자의 구매편향 Δi 비교	88
<표 30> 가설 검증결과의 요약	97



<그림 차례>

<그림 1> 연구 수행 체계도	5
<그림 2> 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 $P(b)$ 와 구매편향 Δi 의 관계	89



The effects of consumer beliefs for food certifications on the behavioral intentions and the behavioral intention biases

Jeong-A, Park

*Department of Marine & Fisheries Business and Economics,
The Graduate School, Pukyong National University*

Abstract

Imagine a debate between two scientists you see on television. They have opposing views. Perhaps A is promoting the benefits of GMO(Genetically Modified Organism) foods while B warning of negative environmental impacts and potential risks. In this case, you will probably expect to witness something like this: A presents evidence supporting his position and B provides alternative evidence for his case. Then A attempts to discredit or diminish B's evidence, while B does the same to A. At the end of the debate neither has changed their views in the slightest, despite both being intelligent, well educated, and very knowledgeable about the topic.

There are several possible cognitive biases that could operate in such argument, but the one of interest here is belief bias. A number of authors(Evans et al., 1983; Evans and Curtis-Holmes, 2005; Thompson and Evans, 2012; Kim and Han, 2012) assume that there is a general bias for people to accept uncritically the conclusions of evidence when the conclusion accords with their prior beliefs; by

contrast, they tend to dismiss or discredit evidence that supports a conclusion that they do not agree with. This belief bias effect is pervasive and robust, and has been noted on a large variety of reasoning tasks, both formal and informal(Thompson and Evans, 2012). Many people who have a high level of prior beliefs on a subject frequently make biased choices and decisions instead of conducting an accurate and objective information process.

The aim of this study is to test of consumers' biased information process leading to purchase food due to their prior beliefs on food certifications. In other words, this study examined the effects of consumer beliefs for food certifications on the behavioral intentions and the behavioral intention biases to buy the certified foods.

The food certifications used on this study are 'Organic foods', 'Traceability system of food products' and 'HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)'. They are applied all kind of foods(agricultural, fishery, livestock products and processed foods) in Korea. Also, the level of consumer awareness of them is fairly higher than other food certifications. This study investigates consumers' prior beliefs for the three certifications by conducting analysis of laws and consumer interviews and then examines the effects of each of the prior beliefs on the purchasing behavior intentions(PBI) and PBI biases for the certified foods.

This study also focuses on the differences of the level of the biases between agricultural and fishery products. The representative foods of agricultural and fishery products on this study are tofu and seasoned

laver. Each food has a long history being treated as a popular side dish in Korea, which means they are vastly preferable and familiar to Koreans. Also, both are ones of the most consumed and frequently eaten foods by Koreans. According to the Department of Health and Human Services(2015), they were highly placed on the commonly consumed food list by Korean in 2014.

To achieve the aim of this study, I used non-qualitative analysis but a subjective probability model which is on the basis of mathematical probability model. This study produced subjective probability of consumers PBI through the model. Then the covariance model was used to compare the level of the PBI biases between the consumer groups with high and low PBI.

The current study showed the following results. First, consumers have more than two different prior beliefs each for all food certifications which are the subjects of this study. The prior beliefs of the certifications have an impact on the consumers when they consider to buy the certified food products. The level of the prior beliefs were different by the certifications and the food species(agricultural versus fishery products).

Second, consumers try to persuade by themselves to ensure that their particular belief about the certification could lead to a purchase the products. In other words, they make a positive PBI bias for the certified food products in order to maintain their prior belief of the certification.

Consumer prior beliefs of the “environmentally friendly production”

on the organic foods certification is an important factor as much as the “guarantee of food safety” belief making a positive PBI bias for the organic food products. Consumers also have a positive PBI bias for certified products in all certifications regardless of food species as long as a certification is considered to “guarantee the transparency of the food distribution process” as its prior belief. “Traceability system of food products’ was the only one which didn’t generate a positive PBI bias from the prior belief of “guarantee of food safety” out of three certifications.

Third, the result of this study confirmed the differences of the PBI biases between agricultural and fishery certified products(i.e. tofu and seasoned laver). Consumers have underestimated the safety of the certified fishery products in comparison with agricultural products even if both of the products obtained the same certifications(HACCP, traceability systems). However, consumers have much more positive consideration to purchase the certified fishery products compare with the agricultural products as long as they already believe the certification can “guarantee the transparency of the food distribution process” as its prior belief.

Our study provides clear, quantitative and meaningful evidence of the effects of consumer beliefs for food certifications on the behavioral intentions and the behavioral intention biases. That is because our findings are based on a subjective probability model and covariation-based model both are on the basis of mathematical probability model. The strength of this study is that findings are

expressed as a probability which can present the impact of consumer beliefs on the behavioral intention biases more visible and obviously.

Keywords: Food certifications, Organic foods, Belief bias, Behavioral intention bias, Subjective probabilistic model, Covariation model, Heuristic process



I. 서론

1. 연구배경 및 목적

“비가 오는 날에는 회를 먹으면 몸에 해롭다”, “수산물은 양식산보다 자연산이 맛있고 신선하다” 우리는 과학적인 근거가 없음에도 불구하고 위와 같은 속설을 비판적 사고 없이 받아들이는 경우를 종종 본다. 또 특정 회사의 식품이 맛이 없다고 믿고 있는 소비자는 그 회사에서 새롭게 출시한 식품을 평가할 때 기존의 자신의 생각에 맞추어 신제품의 맛 역시 별로라고 평가하는 경우도 자주 있다.

이처럼 사람들은 특정 대상에 대한 자극에 노출되었을 때 그 대상물에 대하여 자신이 가지고 있는 사전신념을 바탕으로 노출된 자극을 편향적으로 해석하는 경향이 있다. 다시 말해 사전에 자신이 가지고 있는 신념을 유지하기 위해 증거를 편향되게 평가하는 경향인 ‘신념 편향(Belief bias)’이 발생하는 것이다(Evans et al., 1983; Evans and Curtis-Holmes, 2005; Thompson and Evans, 2012).

어떤 제품에 대한 편향적인 신념을 형성한 소비자는 기존 신념을 유지하려는 방향으로 이후 제품의 증거를 해석하게 되고, 자신의 신념과 일치하는지 여부에 따라 해당 증거의 가치와 신뢰성, 태도 등을 다르게 판단하게 된다(한웅희, 2009). 결국 제품의 구매에 있어서도 사전에 자신이 가지고 있는 신념을 유지할 수 있는 방향으로 제품에 대한 편향된 구매의도를 형성하는 ‘구매의도의 편향성(Behavior intention bias)’이 발생한다.

소비자의 건강과 직결되는 식품에 있어 제품의 가치 및 신뢰는 구매에 큰 영향을 미치며 1999년 GMO 두부 파동, 2010년 낙지 중금속 파동 등과 같이 한 번 형성된 제품에 대한 사전신념은 소비자의 구매에 장기간 영향을 준다.

또한 식품의 경우 시식 전까지는 객관적인 품질 판단이 어렵기 때문에 소비자들은 외재적 단서에 의존하여 품질에 대한 주관적인 평가를 한다(박정아, 2008).

특히 가공식품은 제품의 세척, 전처리, 포장 등으로 인하여 신선식품과 달리 소비자가 해당 식자재의 물리적 속성인 내재적 단서를 충분히 검토하여 구매의사결정을 하기에 어려움이 따른다. 따라서 소비자들은 제품포장에 부착된 국가인증마크, 가격, 원산지, 브랜드 등과 같은 외재적 단서들을 해당 가공식품의 품질을 판단할 수 있는 대리적 지표로 사용하는데, 이러한 외재적 단서에 대한 소비자의 사전신념은 식품 구매에 편향성을 형성하는 요소로 작용할 수 있다.

여러 외재적 단서 중에서도 식품에 대한 국가인증마크는 다양한 식품의 품질을 객관적으로 보증할 수 있는 수단으로서 소비자의 현명한 식품선택을 위한 중요한 수단이다(정기혜 외, 2013).

따라서 본 연구에서는 식품의 품질을 평가하는 중요한 외재적 단서인 국가인증제도에 대한 소비자의 사전신념과 구매의도의 관계를 주관적 확률모델을 통해 살펴보았다. 특히, 사전에 소비자가 가지고 있는 국가인증제도(이하 인증제도)에 대한 신념을 유지할 수 있는 방향으로 식품의 구매의도를 형성하는 ‘구매의도의 편향성’이 나타나는지 검증했다.

구체적으로는 1) 국내 농수산물가공식품에 공통적으로 적용되는 대표 식품인증제도인 HACCP, 이력추적시스템, 친환경(유기식품)인증제도에 대한 소비자의 사전신념들을 규명하고, 2) 각 제도별 그리고 식품별(농산물,

수산물)로 사전신념들에 대한 소비자의 신뢰수준과 구매의도 수준을 주관적 확률모델인 ‘신념-행동의도 관계 모델’을 통해 도출하며, 3) 각각의 사전신념에 따른 식품 구매의도의 편향성을 공분산기반 모델을 적용하여 측정하고 식품별·제도별 편향성 수준을 살펴보았다.

2. 연구의 가치

본 연구의 가치는 크게 학문적 가치와 실무적 가치로 구분할 수 있다. 먼저 아래와 같은 점에서 학문적 가치를 지닌다. 본 연구는 식품인증제도에 대한 사전신념과 소비자 구매의도의 인과관계를 통계적 확률모델인 ‘주관적 확률’로서 도출했다. 이를 통해 통계적 확률이론을 식품소비자 행동 연구의 유용한 프레임워크로서 활용할 수 있는 토대를 마련했다. 더불어 제품의 외재적 단서에 대한 소비자 신념과 구매의도의 편향성 간의 이론적 연계성을 공분산기반 모형을 활용하여 규명한 점 역시 기존의 구매의도에 대한 연구들과 차별점이 될 수 있을 것이다.

아울러 본 연구는 다음과 같은 실무적 가치를 지닌다. 현재 우리나라에서 시행중인 대표 식품인증제도들이 소비자에게 어떠한 사전신념으로 인지되고 있는지 세분화함으로서 각 인증제도의 구체적 편익을 중점으로 보다 설득력 있는 제도별 마케팅 방안을 모색할 수 있다. 또한 소비자들에게 가장 긍정적인 수산물 구매편향을 형성하는 인증제도와 사전신념은 무엇인지 파악하여 ‘선택과 집중’함으로서 제도 활성화와 수산물 소비 확대의 효율성을 제고할 수 있을 것이다. 마지막으로 식품종류별(농산물, 수산물) 비교·분석을 통해 식품군에 따른 인증제도에 대한 소비자 인식도 차이를 파악하고 개선방안을 마련하는 기초자료로 활용할 수 있을 것이다.

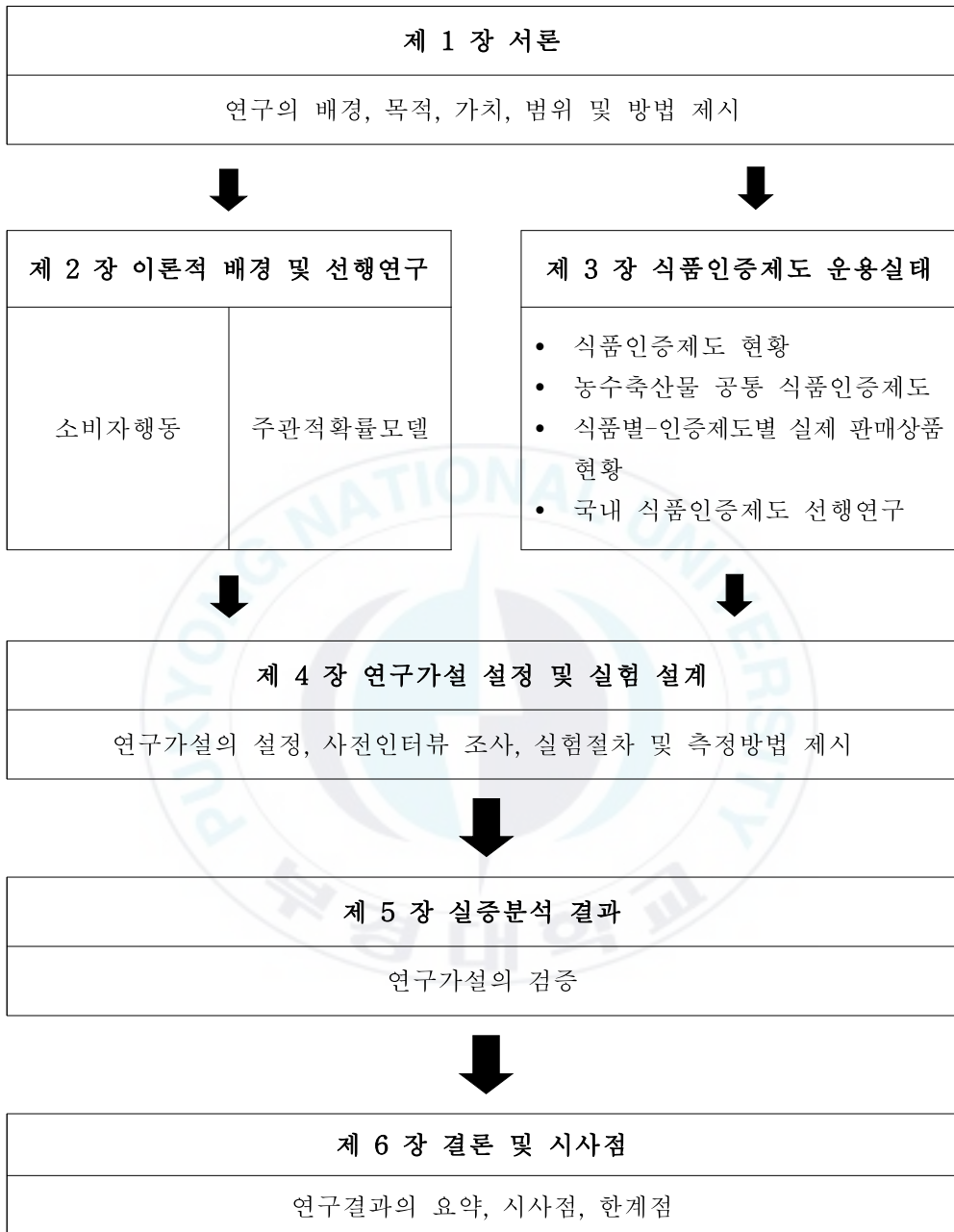
3. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 수행체계는 <그림 1>과 같다. 우선 본 연구문제와 관련된 기존의 문헌들을 검토하고 우리나라 식품 인증제도에 관한 기초자료를 수집 후 농수축산물에 공통적으로 적용되는 식품인증제도를 선별하였다. 이후 식품판매처(대형마트, 백화점 식품관 등)를 직접 방문해 매장에 진열된 인증상품 현황을 조사하였다. 조사 결과 소비자가 실제 판매처에서 자주 접할 수 없는 인증제도를 제외하고 분석에 사용될 식품 인증제도를 최종 확정하였다.

분석에 사용될 인증제도들의 법적 정의를 토대로 식품인증제도에 대한 소비자의 사전인념 키워드를 1차로 도출하였다. 이후 수도권 및 부산에 거주하는 남녀소비자를 대상으로 실시한 인터뷰 조사를 통해 2차 사전인념 키워드를 도출 후 1차 결과와 비교하여 최종적으로 식품인증제도에 대한 소비자의 사전인념을 확정하였다.

식품인증제도에 대한 사전인념 수준, 구매의도, 구매의도의 편향성 측정을 위한 설문조사 역시 수도권 및 부산에 거주하는 남녀소비자를 대상으로 진행했다. 농산물가공품과 수산물가공품을 대상으로 각 인증제도의 사전인념과 구매의도에 대한 삼단논법의 설득 메시지를 구성하고 이에 대한 소비자의 사전인념과 구매의도 수준을 측정하였다.

마지막으로 소비자의 사전인념이 인증식품 구매에 편향성을 야기하는지 구매의도 결과 값 상위-하위 집단 간 비교를 통해 검증하였다. 또한 인증식품에 대한 구매의도 편향성 발생 수준을 제도 및 식품별로 보다 세부적으로 살펴보았다.



<그림 1> 연구 수행 체계도

II. 이론적 배경 및 선행연구

본 연구의 목적은 주관적 확률모델을 통해 소비자의 식품 구매의도 수준을 식품인증제도에 대한 소비자의 사전신념 수준으로부터 도출하고, 나아가 인증제도에 대한 소비자의 사전신념이 식품 구매의도에 편향성을 발생시키는지 공분산기반 모델을 적용하여 측정하는 것이다.

따라서 제2장에서는 본 연구문제와 관련된 개념 및 연구방법에 관한 기존 문헌들을 검토하였다. 먼저 소비자 행동에 대한 이론적 개념들에 대해 알아보고 본 연구의 핵심적 분석방법인 주관적 확률모델을 활용한 선행연구들을 살펴보았다.

1. 소비자 행동

가. 신념과 신념편향

신념(Belief)이란 소비자가 특정제품의 속성과 관련하여 가지고 있는 주관적 의견을 말한다. 소비자는 직접경험 혹은 외부정보에 기초하여 제품 속성에 대한 신념을 형성하게 된다. 이때 신념의 강도(Belief strength)는 소비자가 그 제품이 특정 속성을 어느 정도 가지고 있다고 생각하는지를 나타내며 과거의 경험, 외부정보, 추론을 통해 결정된다 (Fishbein and Ajzen, 1975).

Fishbein and Ajzen(1975)은 신념의 강도를 대상과 관련 속성을 포함하는

주관적 확률(Subjective probability) 차원에서 측정하는 절차를 제시하였는데, 이 때 주관적 확률은 수학적 확률이론(Mathematical probability theory)인 객관적 확률(Objective probability)과 동일한 성질을 갖고 있는 것으로 가정했다.

Jaccard and King(1977)은 신념이란 두 가지 대상(Objects)사이의 지각된 관계로 정의하였다. 여기서 ‘대상(Objects)’이란 사람, 특정 행동, 속성, 목표, 또는 특정한 개념이나 가치 등 무엇을 지칭하는 ‘가장 일반적인 의미(Most generic sense)’로 정의된다. Fishbein and Ajzen(1975)의 연구와 마찬가지로 Jaccard and King(1977) 역시 신념의 강도를 ‘두 대상의 주관적 확률의 연결정도(Subjective probability linking)’로 정의하였다. 예를 들어 “담배를 피우는 것은 암을 유발한다”는 주장에서 ‘담배’와 ‘암’이라는 두 가지 대상의 상관성에 대한 A의 신념 강도는 그 주장에 대한 A의 지각된 확률로 표현될 수 있다. 이 지각된 확률은 0부터(담배를 피우는 것은 암을 전혀 유발하지 않는다) 1까지(담배를 피우는 것은 반드시 암을 유발한다)의 값을 갖는다.

신념편향(Belief Bias)은 어떤 주장의 타당성을 평가할 때, 그 주장이 전제로부터 논리적으로 연결된 것인지 아닌지 보다는 그 주장에 자신이 동의하는지 아닌지를 근거로 판단하는 것을 말한다(Evans and Curtis-Holmes, 2005). 이는 어떤 사실에 대한 평가를 할 때 자신의 사전 지식이나 신념에 비추어 판단하고 혹시 모순되는 생각이 들면 그 사실을 자신의 신념이 유지될 수 있는 방향으로 해석하는 논리적이지 못한 심리로 정의될 수 있다(김현숙과 한상필, 2012).

사람들은 어떤 연구나 증거의 결론이 그들의 사전신념(Prior beliefs)과 일치할 경우 그 결론을 무비판적(Uncritically)으로 받아들이는 편향이 발생하며, 반대로 사람들은 그들이 동의하지 않는 결론을 지지하는 증거들은

묵살하거나 불신하는 경향을 나타낸다. 또한 이러한 신념편향의 영향력은 삼단 논법과 같은 공식적 추론과정 뿐만 아니라 비형식적인 추론에서도 광범위하고 강력하게 나타난다(Thompson and Evans, 2012).

신념편향은 소비자의 제품 구매에도 영향을 미친다. 어떤 제품에 대한 편향적인 신념을 형성한 소비자는 기존 신념을 유지하려는 방향으로 이후 제품의 증거를 해석하고, 자신의 신념과 일치하는지 여부에 따라 해당 증거의 가치와 신뢰성, 태도 등을 다르게 판단하게 된다(한웅희, 2009). 이는 결국 제품의 구매에 있어서도 사전에 자신이 가지고 있는 신념을 유지할 수 있는 방향으로 제품을 구매하게 만드는 구매의도의 편향성(Behavior intention bias)을 발생시킬 수 있다.

나. 행동의도와 구매의도

행동의도와 구매의도는 개인의 계획된 미래행동을 나타내는 동일한 개념으로 구매의도는 행동의도에 포함된다.

행동의도(Behavioral intention)는 소비자들이 특정 대상에 대한 태도를 형성한 후 그것을 미래 행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념이다(문경주, 2007). 구매의도(Purchase intention)는 행동의도의 ‘미래 행동’이 제품이나 서비스의 ‘구매 행위’에 적용되는 경우로 소비자의 신념과 태도가 실제 구매행위로 실현될 주관적 확률이다(Engle et al., 1995).

특정인의 실질적 행동(Overt behavior)은 그 행동을 수행하려는 그의 의도의 작용과 긴밀한 상관성이 있다(Dulany, 1968; Ajzen and Fishbein, 1973). Fishbein and Ajzen(1975)은 합리적 행동이론(The theory of reasoned action)을 통해 특정인의 행동의도가 그를 실질적 행동에 이르게 하고 이러한 행동의도를 결정하는 것은 바로 그 행동에 대한 그의 태도

(Attitude toward behavior)라고 정의하였다. 여기서 행동에 대한 태도란 “특정 행동의 수행에 관한 개인의 긍정적 또는 부정적 느낌(Fishbein and Ajzen, 1975)”을 의미한다.

Jaccard and King(1977), Jaccard et al.(1979)은 행동의도를 한 개인과 그의 특정한 행동 간의 지각된 상관관계로 정의하였고 신념과 마찬가지로 ‘사람-행동’간 상관관계 역시 주관적 확률로 나타낼 수 있다. 예를 들어 “나는 담배를 피울 생각이다(의향이 있다)”라는 문장은 ‘나’와 ‘담배를 피우는 것(흡연)’ 사이의 지각된 관계로 구성되어 있다. 두 대상(Objects)의 ‘주관적 확률의 연결정도(Subjective probability linking)’ 역시 0부터(나는 반드시 담배를 피우지 않을 생각이다) 1까지(나는 반드시 담배를 피울 생각이다)의 값을 가진다.

구매의도는 기본적으로 신념과 구조적 차이를 가지지 않지만 신념과 구분되는 독특한 몇몇 특징을 가지고 있다. 구매의도는 1) 언제나 ‘사람과 특정 행동’ 사이를 연결하며, 2) 미래의 행동과 관련이 있고, 3) 언제나 실질적 행동과 연관된다는 것이다(Dulany, 1968; Fishbein and Ajzen, 1975).

따라서 주관적 확률모형을 통한 신념과 구매행동간 연계성을 검증하는 본 연구는 동일 모형을 바탕으로 신념간의 관계 및 신념의 편향성을 연구한 기존 국내 선행연구들(한웅희 외, 2009; 한웅희와 이유재, 2009; 김현숙과 한상필, 2011, 2012; 한웅희, 2014; 김현숙, 2015)에 비해 소비자의 실질적 구매행동을 직접적으로 예측할 수 있다는 점에서 차별성이 있다.

다. 내재적 단서와 외재적 단서

Jacoby et al.(1971)는 제품을 단서들의 집합(An array of cues)으로 볼 수 있다면 제품 평가에서 소비자의 임무는 집합 내 단서들에 관한 판단을 평가의 기초로 사용하는 것이라고 하였다. 단서란 자극(Stimulus), 속성(Attribute), 정보(Information) 등의 의미로 폭넓게 사용되는 개념이다. 단서는 제품과 같은 외부 자극을 내적으로 구성하고 범주화 하는데 사용되는 소비자의 '외부'에 존재하는 어떤 특성, 사건, 품질이나 대상물 등을 말한다. 단서의 중요성은 제품의 품질을 지각하는데 영향을 준다는 것이다. 일반적으로 소비자들은 제품의 정확한 품질, 즉 객관적 품질을 판단하기 힘들다. 그러므로 소비자들은 제품에 관한 단서들을 이용해서 제품의 품질을 지각하고 판단하는 것이다.

이러한 단서들은 내재적 단서(Intrinsic information)와 외재적 단서(Extrinsic information)로 구분할 수 있다. 내재적 단서는 그 단서의 변화가 제품의 물리적 속성 자체에 변화를 가져오는 것이다. 제품의 기능이나 성능, 디자인 등을 내재적 단서의 예로 들 수 있다. 반면에 외재적 단서는 그 단서 자체가 변해도 제품 자체의 물리적 변화는 수반하지 않는 단서들이다. 제품의 가격, 브랜드, 포장, 명성, 원산지 등을 예로 들 수 있다 (Olson and Jacoby, 1972).

일반적으로 소비자들은 제품을 평가할 수 있는 능력이 부족하거나 제품 평가에 대한 기준이 명확하지 않을 때 가격, 제품의 품질보증이나 정보, 유통업체나 제조업체의 명성 등과 같은 외재적 단서에 의존하여 지각된 위험을 감소시킨다(Shimp and Bearden, 1982).

장영수와 박정아(2009)는 학교급식 시장에서 수산물 식자재 구매시 외재적 단서가 제품평가에 미치는 영향을 연구했다. 그 결과 학교급식의

영양사들은 내재적 단서가 아닌 외재적 단서를 수산물 품질 평가의 근거로 활용하고 있었다. 그 이유는 대량구매, 일시소비, 식재료의 사전계약 등 학교급식의 특수성으로 인해 식품의 내재적 단서를 고려하기 힘들기 때문이었다. 특히 외재적 단서를 품질공개성, 원산지, 기업, 안전/규격화, 가격/포장 등 5개 요인으로 구성하여 분석한 결과 안전/규격화 요인만이 수산물 식자재 품질평가에 유의한 영향을 미쳤다. 이 연구에서 ‘안전/규격화’ 요인은 HACCP 인증여부와 수산물의 규격화 상태로 구성되었다. 이를 통해 소비자들이 식품에 대한 내재적 단서가 부족할 경우 외재적 단서로 품질을 평가하고, 인증제도는 소비자에게 식품의 품질을 평가하는 가장 강력한 외재적 단서 중 하나라는 것을 확인했다.

따라서 내재적 단서의 활용이 용의하지 못한 가공식품의 제품평가에도 외재적 단서는 중요한 요인으로 작용하리라 생각되며 제품평가의 단서로서 인증제도가 가지는 의미 역시 적지 않을 것이라고 생각된다.

라. 추론의 이원적 프로세스

『김철수는 수줍음을 많이 타고 매사에 신중하다. 사람들을 돕는 건 좋아하지만 사람들과 부대끼는 건 별로 좋아하지 않는다. 그는 체계적인 질서와 구조를 중요시하며 매우 꼼꼼하다』

김철수는 도서관 사서일까, 농부일까? 사람들은 대부분 도서관 사서를 선택한다. 이들은 자기도 모르게 추론의 이원적 프로세스 중 자신의 직관과 사전신념에 의해서 간편하게 판단하는 ‘휴리스틱’ 결정기술을 이용한 것이다.

전혀 모르는 김철수라는 사람의 직업을 맞히는 것은 복잡하고 어려운 문제다. 이 문제를 제대로 풀고 싶다면 한국 남성의 직업 구조를 살펴보고 도서관 사서와 농부 중 비율이 높은 직업을 선택해야 한다. 한국 남성의

2%가 도서관 사서이고, 4%가 농부라면 김철수는 농부일 확률이 더 크기 때문이다.

이런 문제 해결방식이 분명히 더 논리적이다. 그러나 사람들 대부분은 이렇게 복잡하게 생각하지 않는다. 우리가 모르는 확률 따위는 간단히 무시하고 김철수에 대한 설명이 농부보다는 도서관 사서와 더 어울릴 것 같아서 도서관 사서라고 생각하고 판단해버리는 것이다(Beck, 2013).

이처럼 인간은 종종 어떠한 대상이나 현상을 판단하는 과정에서 논리적 추론보다 자신의 사전신념이나 직관에 근거한 판단을 내리는 오류를 범한다(Neys, 2006). 이와 같이 사람들이 합리적 사고의 실패를 경험하는 이유는 추론의 이원적 프로세스 이론(Dual-process theories of reasoning)을 통해 설명될 수 있다.

추론의 이원적 프로세스는 응답자가 추론문제에 직면하였을 때 활성화 되는 2가지 프로세스이다(Evans and Over, 1996; Evans, 2003; Evans and Curtis-Holmes, 2005; Kahneman and Frederick, 2002; Sloman, 1996; Stanovich, 1999; Stanovich, 2004).

휴리스틱(Heuristic) 프로세스라고 불리는 ‘System 1’은 어렵잡아 추론하는 인식방법으로 복잡한 문제를 단순한 근거만으로 판단하는 방법이다. 사람들은 제한적인 정보로 무언가를 판단하고 예측할 때 휴리스틱을 사용한다(Beck, 2013). 신념에 근거한 프로세스(Belief-based processes)인 휴리스틱의 특징은 빠르고, 추론의 신념에 있어 맹목적이며(Implicit), 결합하기 쉽고, 추론의 사안을 자신이 가지고 있는 사전지식이나 사전신념의 무의식적인 적용을 통해 맥락화하여 판단한다는 것이다(Evans and Curtis-Holmes, 2005; Stanovich, 1999).

반면 분석적(Analytic) 프로세스라고 불리는 ‘System 2’는 논리에 입각한 프로세스(Logic-based processes)로 느리고 순차적이지만 추론의

사안에 대한 맥락화에서 벗어나 추상화와 일반화가 가능하며, 사안의 원인에 대한 분석능력이 높아진다.

휴리스틱과 분석적 프로세스의 핵심적 차이는 ‘프로세스의 스피드’이다. 휴리스틱에 의한 판단은 쉽고 빠르기 때문에 시간과 노력을 절약할 수 있다. 그러나 깊고 논리적으로 생각하거나 분석적인 사고가 필요한 상황에서 휴리스틱에 의한 판단을 내릴 경우 합리적 사고의 실패에 기인한 편향적인 판단을 초래할 수 있다(Stanovich and West, 2000).

휴리스틱과 분석적 프로세스는 서로 조화를 이루며 상호작용한다. 그러나 빨리 결정을 내리거나 응답을 해야 하는 상황이나(Evans and Curtis-Holmes, 2005), 그 사람이 가지고 있는 사전지식이나 신념의 수준이 높은 경우에는(Evans, 2007) 휴리스틱 프로세스가 나타나 신념의 편향이 발생한다. 또한 일상적이고 직관적인 판단을 내리는 사람들은 그 결정이 어떻게 발생하는지 거의 모르며 특히 그 결정의 논리성에 대해서는 더욱 알지 못한다(Kahneman and Fredrick, 2002).

사람들이 고정관념이나 편견을 갖는 것도 그 대상에 대하여 가지고 있던 사전지식이나 신념에 의하여 미리 판단하는 휴리스틱 프로세스가 분석적 프로세스보다 빨리 나타나면서 추론이나 판단이 편향적이 되는 것이다(김현숙과 한상필, 2011).

하루 세끼 우리 식탁에 오르는 식품의 구매결정은 일상적이고 반복적인 작업이다. 또한 소비자는 자주 구매하고 가격이 낮은 제품에는 낮은 관여도(Low-involvement)를 보이는데, ‘식품’은 대표적인 저관여 상품에 속한다. 소비자는 저관여 제품 구매시 해당 제품의 특성과 브랜드에 대해 적극적인 조사를 하거나, 어떤 제품을 구매할지 신중한 결정을 하지 않고 습관적 구매행동(Habitual buying behavior)을 한다. 즉 소비자들은 광고에 의해 제품정보를 수동적으로 받아들이고 이러한 수동적 학습(Passive learning)에

의해 형성된 신념으로 제품을 습관적으로 구매한다(Kotler and Armstrong, 2008).

따라서 본 연구에서는 소비자들이 농산물과 수산물 가공식품의 구매를 결정해야 하는 상황에서 자신이 가지고 있는 사전신념의 무의식적인 휴리스틱 프로세스 적용으로 편향적인 판단을 내릴 것이라고 가정하였다.

2. 주관적 확률모델

가. 신념간 주관적 확률모델

전통적으로 신념에 대한 연구는 태도의 삼분모형(Tripartite view of attitudes) 중 한 요소로서 이루어져 왔다(Fishbein and Ajzen, 1975; Katz and Stotland, 1959; Rosenberg and Hovaland, 1960).

삼분모형이론에서 태도(Attitudes)는 ‘관찰 불가능한 심리적 구조’로 오직 사람의 마음속에 존재하기 때문에 반드시 관찰 가능한 범주로 재표현 되어야 하고(MacCorquodale and Meehl, 1948) ‘신념(Beliefs)’, ‘감정(Feelings)’, ‘행동적 구성요소(Behavioral components)’로 나타낼 수 있다(Eagly and Chaiken, 1993).

예를 들면 초콜릿에 대한 어떤 사람의 긍정적 태도는 초콜릿에 대한 호의적 신념(맛있는 초콜릿 한 조각은 나의 하루를 즐겁게 만들어 준다), 감정(입에서 달콤한 초콜릿이 사르르 녹을 때 나는 평온함을 느낀다), 행동(나는 지금 초콜릿을 먹을 것이다)으로 표현된다(Fazio and Olson, 2003).

최근에는 단일 요소로서 신념 체계(Belief system)에 대한 연구가 국내외에서 활발히 이루어지고 있다(Ajzen, 1991; Kardes et al. 2001; 한웅희

외, 2009; 김현숙과 한상필, 2011; 한웅희, 2014; 김현숙, 2015).

Mcguire(1960a, b)는 인지구조의 삼단논법 분석(Syllogistic analysis of attitude and belief change)을 통해 신념과 태도의 정도를 대상(Objects)과 속성(Attributes)을 포함하는 주관적 확률로 도출하였다. 그는 연구를 통해 주관적 확률들 간의 관계가 객관적 확률법칙을 따른다는 가설을 검증하였다. Mcguire의 삼단논법 분석은 삼단논법 맥락하에서 상호 밀접한 관계의 두 가지 명제(a, b)와 그 명제의 결합으로 도출된 결론(c) 간의 동의 정도를 실험자들에게 확률로 표현하게 하여 사람들의 인지일관성을 양적인 비율척도로서 제공하였다. 이는 이후 Wyer(1970)의 주관적 확률모델에 이론적 기반이 되었다. Mcguire(1960a)의 인지구조 삼단논법 분석 공식은 [1]과 같다.

$$P(c) = P(a \cap b) + P(k)\{1 - P(a \cap b)\} \quad [1]$$

만약 삼단논법(명제 a, b, 명제로 부터 추론된 c)으로 구성된 특정 사안에 대한 특정인의 의견을 a, b, c 각각의 확률적 규모(Probabilistic scale)로 획득가능하다면, 그것은 식 [1]과 같이 도출될 수 있다. 여기서 $P(k)$ 는 명제 a와 b의 결합이 아닌 다른 결합으로 결론 c가 발생할 확률이다. 명제 a와 b, 그리고 k가 독립적(Independent)이고, k와 $a \cap b$ 가 상호배타적이라면 위의 식은 [2]와 같이 단순화 될 수 있다(Mcguire, 1960b).

$$P(c) = P(a \cap b) + P(k) \quad [2]$$

Mcguire(1960a)는 연구에서 총 16개의 삼단논법(48문장)을 실험대상자들에게 제시했는데 그 중 하나는 다음과 같다.

- a : 학생들의 생명과 재산 보호를 위해 만들어진 규율을 위반하는 학생은 추방될 것이다.
- b : 교실과 복도에서의 흡연 금지 규율은 학생들의 생명과 재산을 보호하기 위해 만들어진 것이다.
- c : 교실과 복도에서 흡연을 금지한 규율을 위반한 학생은 추방될 것이다.

실험대상자들은 각 명제가 맞다고 생각되는 정도를 0에서 100까지 확률로 표시하였다.

- 0 : 전혀 그럴 것 같지 않음(Very improbable end)
- 100 : 반드시 그럴 것 같음(Very probable end)

Mcguire(1960a)는 연구를 통해 16개 삼단논법의 P(c)와 P(a), P(b)의 상관관계를 계산하였고 그 결과 전제와 결론 사이의 상당한 논리적 일관성이 있음을 밝혔다.

이후 Wyer(1970)와 Wyer and Goldberg(1970)는 Mcguire의 삼단논법 분석을 토대로 신념간 주관적 확률모델(Subjective probability model)을 개발하였다. 신념간 주관적 확률모델은 두 개의 전제와 이 두 개의 전제가 심리-논리적으로 유도하는 하나의 결론으로 구성된 신념체계인 ‘신념 삼단논법(Belief syllogism)’을 통한 결론에 대한 추론적 예측방법이다. Wyer(1970)는 전제들의 결합 확률, 결합의 부정에 대한 확률, 조건 확률을 안다면 결론에 대해 어느 정도 확신하고 있는지 정확하게 예측할 수 있다는

것을 증명하였다.

예를 들어 어떤 사람이 “퇴근시간에 차가 막히면 대중교통을 이용하는 것이 자가용보다 빠르다”라고 믿는다고 가정하자. 이 문장은 ‘만약 a이면 b이다’로 표기되어 있다. 위 문장의 신념의 강도는 a가 사실일 때 b가 사실일 가능성에 대한 주관적 조건 확률인 $P(b | a)$ 로 표현될 수 있다. 또한 a가 사실이 아닐 때 b가 사실일 가능성에 대한 주관적 조건 확률은 $P(b | a')$ 로 표현될 수 있다. Wyer(1970)는 만약 주관적 확률이 객관적 확률법칙(Objective probability laws)을 따른다면 a와 b에 대한 신념의 관계는 식 [3]과 같이 표현될 수 있다고 주장하였다.

$$P(b) = P(a) * P(b | a) + P(a') * P(b | a') \quad ※ \quad P(a') = 1 - P(a) \quad [3]$$

여기서,

- $P(a)$: 퇴근시간에는 차가 막힐 확률
- $P(b)$: 퇴근시간에 대중교통을 이용하는 것이 승용차보다 빠를 확률
- $P(b | a)$: 퇴근시간에 차가 막힐 경우에 대중교통을 이용하는 것이 승용차보다 빠를 확률
- $P(b | a')$: 퇴근시간에 차가 막히지 않을 경우에 대중교통을 이용하는 것이 승용차보다 빠를 확률

Wyer(1970)는 주관적 확률모델의 공식 [3]이 McGuire의 인지구조의 삼단 논법 분석공식 [2]와 일치함을 보였다.

$$P(c) = P(a \cap b) + P(k) \quad [2]$$

$$P(b) = P(a) * P(b | a) + P(a') * P(b | a') \quad ※ \quad P(a') = 1 - P(a) \quad [3]$$

Mcguire의 공식 [2]를 'a', 'a 이면 b', 'b'의 삼단논법에 대입하면 $P(a) = P(a)$, $P(b) = P(b | a)$, $P(c) = P(b)$ 로 바꿀 수 있다. 이때 $P(k)$ 는 두 명제 'a', 'a 이면 b' 이외의 이유로 b가 발생할 확률 $P(a')*P(b | a')$ 을 말한다.

Mcguire와 Wyer 공식의 유일한 차이점은 다음과 같다. Mcguire는 명제 a와 b, 그리고 k가 독립적이라고 가정했지만 Wyer의 공식에서는 $P(k)$ 의 값은 명제들과 독립적이지 않으며 $P(a)$ 가 증가할수록 값이 감소한다는 것이다.

Wyer(1970)는 주관적 확률모델의 공식이 객관적 확률법칙을 따르는지도 검증하였다. 객관적 확률이론에 따르면 a와 b의 결합확률 $a \cap b$ 와 택일적 확률(Disjunctive probability) $a \cup b$ 는 공식 [4], [5]로 각각 표현된다.

$$P(a \cap b) = P(a) * P(b | a) \quad [4]$$

$$P(a \cup b) = P(a) + P(b) - P(a \cap b) \quad [5]$$

Wyer(1970)는 실험을 통해 응답자들로부터 직접 얻어낸 $P(a \cap b)$, $P(a \cup b)$ 값과 위 두 식을 통해 예측된 값을 비교하였다. 그 결과 관찰된 $P(a \cap b)$ 값과 예측된 $P(a) * P(b | a)$ 값의 상관관계는 0.61로 나타났다. 이는 $P(a \cap b)$ 와 $P(a) * P(b)$ 값의 상관관계인 0.54, $P(a \cap b)$ 와 $\{P(a) + P(b)\} / 2$ 값의 상관관계인 0.46보다 높은 수준으로, 이를 통해 $P(a) * P(b | a)$ 값이 a와 b의 객관적 결합 확률을 가장 잘 나타낼 수 있음을 입증하였다.

관찰된 $P(a \cup b)$ 값 ($M=0.525$)과 예측된 $P(a) + P(b) - P(a \cap b)$ 값 ($M=0.511$) 역시 유의한 차이가 발생하지 않았다 ($F=0.55$). 따라서 Wyer는 식을 통해 예측된 $P(a) + P(b) - P(a \cap b)$ 가 객관적 disjunctive 확률과 유의한 일치를 보임을 증명했다.

Wyer의 확률모형에서 주목해야 할 점은 사람의 특정명제에 대한 신념이 반드시 절대적(100%)이거나 또는 전혀 그렇지 않은(0%) 상태를 유지하고 있는 것이 아니라는 점이다. 첫 번째 전제 “퇴근시간에는 차가 막힌다”에 대해 어떤 사람은 100%의 확신이 아닌 80%의 확신만을 가질 수 있다는 것이다.

즉, 결론 b는 a가 사실이기 때문에 발생할 수도 있지만 a가 사실이 아니어도 발생 할 수 있다는 사실을 고려해야 한다. a가 사실일 수도 있고 혹은 사실이 아닐 수도 있는 이 두 가지 조건적 신념의 정도는 가능성에 대한 상대적 등식의 기능을 하는 것이다(김현숙, 2011).

따라서 사전신념(또는 전제) a가 사실일 가능성의 확률을 고려하여 소비자의 구매행동을 예측하는 주관적 확률모형을 적용한다면 신념이 구매행동에 어떠한 그리고 얼마나 영향을 주는지를 보다 정교하게 도출할 수 있다.

한편 최근 국내에서도 Wyer의 주관적 확률모형을 바탕으로 신념간의 관계 및 신념의 편향성을 검증한 연구들이 활발히 이루어지고 있다.

한웅희 외(2009)는 주관적 확률모형을 통해 사전지식 수준이 높은 경우 정확하고 객관적인 정보처리를 하지 못하고 오히려 편향된 선택을 하게 되는 논리적인 신념 불일치 현상이 크게 나타남을 증명했다.

김현숙과 한상필(2011)은 소비자의 광고메시지 타당성에 대한 주관적 신념 확률을 주관적 확률모형을 통해 측정하였다. 그 결과 사전지식이 없는 비유명브랜드보다는 사전지식이 있는 유명브랜드의 주장을 상대적으로 더 높게 신뢰하고 광고메시지의 타당성을 더 높이 평가하는 것을 밝혔다. 또한 자신이 추론해 낸 결과에 대한 강한 신뢰를 가지는 사람일수록 광고메시지의 타당성을 더 높게 평가하는 경향이 있었다.

김현숙(2015)은 제품에 대한 내재적 신념과 제품 광고메시지의 평가와의

관계를 주관적 확률모형으로 살펴보았다. 연구 결과 광고메시지에 대한 즉시적인 평가는 해당 제품에 대한 소비자의 내재적 신념에 영향을 받으며, 자기에 성향이 높을수록 신념을 평가의 단서로 활용하는 경향이 크다는 것을 입증했다. 김현숙은 연구를 통해 현대소비자들과 효과적인 커뮤니케이션을 하기 위해서는 자사제품에 대한 소비자들의 신념은 무엇인지, 그들이 추구하는 가치는 무엇인지를 먼저 규명하여야 하고 이후 규명된 내용을 근거로 광고메시지를 개발하여야 한다고 주장했다.

나. 신념-행동의도간 주관적 확률모델

Jaccard(Jaccard and King, 1977; Jaccard et al., 1979)는 Wyer(1970)와 Wyer and Goldberg(1970)의 신념간 주관적 확률모델을 확장시켜 ‘신념-행동의도간 주관적 확률모델(A model of the relationship between beliefs and behavioral intention)’을 수립하고, 이 모델이 객관적 확률모델을 지지하는지 검증하였다.

Jaccard and King(1977)은 연구에서 Wyer(1970)의 객관적 확률법칙 공식의 결론(b)을 행동의도(i; behavioral intention)로 대체하여 식 [6]을 수립하였다.

$$P(i) = P(b) * P(i | b) + P(b') * P(i | b') \quad ※ P(b') = 1 - P(b) \quad [6]$$

- P(i) : 어떤 사람이 특정한 행동을 하려는 의도에 대한 주관적 확률
(나는 담배를 피울 것이다)
- P(b) : 그 특정한 행동이 어떤 결과를 야기할 수 있을 것이라는 것에 대한 그 사람의 지각된 확률

(담배를 피우는 것은 긴장을 완화시켜 준다)

- $P(b')$: 그 특정한 행동이 어떤 결과를 야기하지 않을 것에 대한
그 사람의 지각된 확률

(담배를 피우는 것은 긴장을 완화시켜주지 않는다)

- $P(i | b)$: 그 특정한 행동이 어떤 결과를 야기 할 때, 그 행동을 하는
것에 대한 그 사람의 지각된 확률

(담배를 피우는 것이 긴장을 완화시켜 준다면, 나는 담배를 피울
것이다)

- $P(i | b')$: 그 특정한 행동이 어떤 결과를 야기하지 않을 때, 그 행동을
하는 것에 대한 그 사람의 지각된 확률

(담배를 피우는 것이 긴장을 완화시켜주지 않는다면, 나는 담배를
피울 것이다)

Jaccard and King(1977)과 Jaccard et al.(1979)가 응답자들로부터 직접
얻어낸 행동의도 $P(i)$ 와 식에 의해 도출된 $P(b)*P(i | b) + P(b')*P(i | b')$ 의
평균 상관관계는 각각 0.78 ($p < .01$), 0.84 ($p < .01$)로 높은 상관성을 보여
신념-행동간 주관적 확률모델 역시 Wyer(1970)의 신념간 주관적 확률
모델과 동일하게 객관적 확률법칙을 따른다는 것이 입증되었다.

특히 Jaccard et al.(1979)는 신념-행동간 주관적 확률모델을 통해 119명의
남녀 유권자를 대상으로 1976년 미국 대통령 선거에서 후보자 지미 카터
(Jimmy Carter)와 제너럴 포드(Gerald Ford)에 대한 유권자들의 신념-투표
의도의 관계는 물론, 투표의도-실제 투표행동간의 상관관계를 분석하였다.

Jaccard et al.는 신문, 잡지, 각 정당의 자료집을 검토하여 총 17개의
정책이슈(예, 낙태금지법 수정, 정부의 재정지출 감축 등)를 도출하고
각 후보들이 해당이슈에 대해 얼마나 우호적인 성향을 지니고 있다고

생각하는지에 대한 유권자들의 신념 $P(b)$ 와 해당 신념을 바탕으로 한 투표의도 $P(i)$ 를 주관적 확률모델로 추정했다. 17개의 이슈 중 하나의 논증세트를 예로 들면 다음과 같다.

- $P(b)$: 지미 카터는 정부의 재정지출 감축에 호의적입니다.
- $P(i | b)$: 지미 카터가 정부의 재정지출 감축에 호의적이라면, 당신은 지미 카터에게 투표할 확률이 얼마나 됩니까?
- $P(i | b')$: 지미 카터가 정부의 재정지출 감축에 호의적이지 않다면, 당신은 지미 카터에게 투표할 확률이 얼마나 됩니까?
- $P(i)$: 당신은 지미 카터에게 투표할 것입니까?

Jaccard et al.는 선거 1주일 전 유권자들에게 설문을 진행하였고, 각 문장에 대한 동의정도를 0에서 100까지 21점 척도로 측정하여 확률로 변환하였다. 또한 선거 다음날 설문에 참여한 응답자들에게 연락하여 투표에 참여하였는지 질문한 뒤 참여한 응답자들에게 어느 후보에게 실제로 투표하였는지 질문해 실질적 투표행동 수준을 측정하였다.

연구 결과 응답자들로부터 직접 얻어낸 투표의도 $P(i)$ 와 식에 의해 도출된 투표의도 $P(b)*P(i | b) + P(b')*P(i | b')$ 의 평균 상관관계가 0.84 ($p < .01$)로 나타났으며 관찰된 투표의도와 실제 투표행위와의 상관관계 역시 0.75 ($p < .01$)로 높게 나타났다. 따라서 신념으로부터 예측된 행동의도가 실제 행동을 매우 정확하게 예측해 줄 수 있다는 것을 입증했다.

또한 Jaccard et al.는 주관적 확률공식에서 두 조건 확률의 차이 " $P(i | b) - P(i | b')$ "로 표현되는 "심리 적합성 점수(Psychological relevance scores)"를 17개 요인에 대하여 각각 측정하고 투표행동의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인들을 도출하였다. 그 결과 대부분의 요인들에 대한

조건 확률의 차이는 그리 크지 않았다. 그러나 ‘정직성’ 요인의 심리적합성 점수는 0.41, 즉 41%로 나타나 후보자의 정직성에 대한 유권자의 신념이 변한다면 투표행동의도와 실제 투표에 큰 영향을 줄 수 있다는 것을 증명했다. Jaccard et al.는 비록 후보자에 대한 유권자의 한 가지 신념의 변화는 그의 투표행동의도와 실제 투표에 큰 영향을 줄 수 없다 하더라도, 몇 가지 요인에 대한 유권자의 신념이 변한다면 영향을 줄 수 있다고 밝혔다.

이처럼 Jaccard(Jaccard and King, 1977; Jaccard et al.,1979)의 ‘신념-행동의도’간 주관적 확률모델은 사람의 신념수준으로 그 사람의 행동의도 뿐만 아니라 실질적 행동을 예측할 수 있는 유용한 모델이지만 국내에서는 이를 통한 연구가 진행되지 못했다.

따라서 본 연구는 신념-행동의도간 주관적 확률모델을 적용하여 소비자의 식품 인증제도에 대한 사전신념으로 구매행동을 예측하고 더불어 어떠한 사전신념이 소비자의 식품 구매에 긍정적인 영향을 크게 미치는지 알아봄으로서 소비자의 신념편향은 물론이거니와 소비자의 실질적 구매에 편향성을 형성하는 요인까지 예측할 수 있을 것이다.

다. 공분산기반모형을 통한 구매의도의 편향성 도출

인과적 사고에 대한 이론은 흄(D. Hume)의 경험주의(Empiricism) 전통을 기반으로 하고 있다(한웅희와 이유재, 2009). 흄은 인과관계와 법칙에는 어떤 내적 필연성이 있는 것이 아니라 사건들 간에 반복적으로 관찰되는 규칙만이 경험되며 이러한 규칙성은 인과를 묶어주는 우리의 심적 습관일 뿐이라는 인과관계에 관한 규칙적 해석을 제시했다(최현철, 2006). 또한 흄은 인과관계의 모든 개념들은 관찰가능한 통계적 규칙성으로부터 추론 되는 것이라고 주장했다.

흠의 전통을 따르는 인과관계 모델은 공분산기반모형(Covariation-based model)으로 설명된다(Fugelsang et al., 2006; 한웅희와 이유재, 2009). 공분산기반모형은 결과와 규칙적인 관련을 보이는 현상은 규칙적인 관련을 보이지 않는 사건보다 그 결과의 원인으로 인정될 가능성이 높다는 가정을 전제로 한다. 인과관계의 정도에 대한 신념 역시 결과 변수와의 공분산을 보여준다(한웅희와 이유재, 2009).

Oberauer et al.(2007)은 인과관계의 공분산을 식 [7]로 표현하였다.

$$\Delta P = P(q | p) - P(q | p') \quad [7]$$

- $P(q | p)$: p가 q를 야기할 확률
- $P(q | p')$: p가 아닐 때 q를 야기할 확률

인과관계에서 원인과 결과 사이의 공분산은 식 [7]에서와 같이 두 조건문의 확률적 차이(Probabilistic contrast) 『 $P(q | p) - P(q | p')$ 』로 표현될 수 있다.

Cheng(1997) 역시 인과관계에 대한 ‘파워 PC이론(The power PC theory of causality)’에서 ΔP 가 양수 값(Positive values)을 가진다는 것은 p와 q 사이에 강한 인과 관계 존재하는 것이라고 주장했다. 따라서 두 조건문의 확률적 차이가 클수록 “p가 q를 야기한다”는 주장을 더 많이 믿는다는 것을 의미하며, 이는 조건문인 “만약 p 이면 q이다”에도 동일하게 적용된다는 것이다.

Giere(2004)는 인과관계 모델을 결정론적 모델과 확률론적 모델로 구분하여 설명하였다. 그는 확률론적 모델에서 원인변수의 값이 하는 일은 결과변수 값의 ‘확률’을 변화시키는 것이라고 설명했다. 만약 개체 I에서 C가 주어졌을 때 E의 확률이 not-C가 주어졌을 때의 E의 확률보다 더

크다면, I에서 C는 E에 대한 (확률적) ‘긍정적 인과적 요인’이다. 만약 개체 I에서 C가 주어졌을 때 E의 확률이 not-C가 주어졌을 때의 E의 확률보다 더 작다면, I에서 C는 E에 대한 (확률적) ‘부정적 인과적 요인’이다. 만약 E의 확률이 원인변수의 두 값 어느 쪽에 대해서도 같으면 I에서 C는 E에 대해 ‘인과적으로 관련되지 않는다’고 한다.

이는 식 [8]로 표현 할 수 있다.

$$Ef(C, E) = P(E | C) - P(E | \text{Not-}C) \quad [8]$$

개체 I에서 E를 유발하는 C의 유효성인 $Ef(C, E)$ 의 최대값은 +1이고 최소값은 -1이며, 변수 C와 E사이의 인과적 무관성(Causal irrelevance)의 유효성은 0이다(Giere, 2004).

Oberauer et al,(2007), Cheng(1997), Giere(2004)의 이론을 바탕으로 위에서 설명한 Jaccard and King(1977)의 신념-행동의도간 주관적 확률 모델에서 신념에 따른 행동의 편향성을 도출 할 수 있다.

위에서 언급한 1976년 미국 대통령 선거에서 후보자 지미 카터의 논증 세트를 예로 들어 살펴보자. 어떤 유권자가 P(b)에 70%의 신념을 가지고 있고 P(i | b)에 90%, P(i | b')에 40%로 동의한다면, P(b')는 30%가 된다. 그리고 식 [6]을 통해 도출된 “b 신념에 대해 70%의 신념을 가지고 있는 유권자가 지미 카터에게 투표할” 실질적인 투표행동 확률 P(i)는 75%가 된다. 또한 이 유권자의 “b 신념에 기인한” 투표행동의 편향성 Δi 는 식 [7]에 따라 50%가 된다. 이 과정을 표로 나타내면 <표 1>과 같다.

**<표 1> 주관적 확률모델을 통한 행동의도 확률 및 공분산기반모형을
통한 행동의도 편향성 도출**

각 조건문에 대한 주관적 확률		
P(b)	지미 카터가 정부의 재정지출 감축에 호의적일 확률	0.70
P(i b)	지미 카터가 정부의 재정지출 감축에 호의적일 때, 유권자가 지미 카터에게 투표할 확률	0.90
P(i b')	지미 카터가 정부의 재정지출 감축에 호의적이지 않을 때, 지미 카터에게 투표할 확률	0.40
P(b')	지미 카터가 정부의 재정지출 감축에 호의적이지 않을 확률	0.30
식[6]을 통해 주관적 행동의도 P(i)를 도출		
P(i)	$P(i) = P(b)*P(i b) + P(b')*P(i b')$	
	$0.75 = 0.7*0.9 + 0.3*0.4$	
식[7]을 통해 신념b에 따른 행동의도의 편향성 Δi를 도출		
Δi	$\Delta i = P(i b) - P(i b')$	
	$0.5 = 0.9 - 0.4$	

신념편향의 개념에 따르면 전제에 대한 사전신념이 강한 사람은 결론(행동의도 또는 구매의도)에 대한 추론을 함에 있어 상대적으로 신념이 약한 사람에 비해 긍정조건의 전제 P(i | b)에 주관적 신념이 높고, 부정조건의 전제 P(i | b')에는 주관적 신념이 낮을 것이다. 따라서 사전신념에 대한 신뢰가 강한 사람은 해당 전제와 연결된 구매의도에 긍정적인 방향으로 신념편향이 크다는 말이 된다. 반대로 사전 신념에 대한 신뢰가 낮은 사람은 긍정조건이나 부정조건의 전제 모두 확신이 없기 때문에 둘 사이의 차이가 크지 않을 것이고 따라서 신념편향의 크기도 작을 것이다.

이와 같이 구매의도에서 나타나는 편향성을 측정하기 위해서는 ① 추론에 대한 주관적 구매의도 P(i)가 높은 집단의 Δi값이 낮은 집단의 Δi값 보다 큰지 규명하고, ② 두 집단 간 Δi값의 차이가 통계적으로 유의한지를

입증할 필요가 있다.

만약 특정 신념아래에서 A제품의 구매의도 $P(i)$ 가 높은 집단 X의 Δi 값이 x 이고 $P(i)$ 가 낮은 집단 Y의 Δi 값이 y 일 때, $x > y$ 이고 x 와 y 값이 통계적으로 유의한 차이를 보인다면 이 특정 신념은 A제품에 대한 X 집단의 구매의도에 편향성을 발생시킨 것으로 해석할 수 있다.

국내에서도 공분산기반모형을 통한 신념의 편향성 검증 연구들이 다수 발표되고 있다.

한웅희와 이유재(2009)는 브랜드에 관한 사전지식과 소비자의 관여도가 소비자의 신념편향 발생에 미치는 영향을 공분산기반모형을 통해 살펴 보았다. 그 결과 소비자의 관여도는 신념편향의 발생에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 사전지식의 경우, 사전지식의 수준이 높을 수록 이원적 프로세스 중 분석적 프로세스가 활성화되어 신념편향의 발생이 억제되며 지식의 수준이 낮은 경우는 휴리스틱 시스템이 활성화되어 신념편향의 발생이 촉진된다고 주장하였다. 이는 기존의 국내외 신념편향에 관한 연구들(Evans, 2003; Evans and Curtis-Holmes, 2005; Stanovich, 1999; Thompson and Evans, 2012; 김현숙과 한상필, 2011)과 상반되는 결과일 뿐만 아니라 한웅희 외(2009)의 연구결과인 사전지식의 수준이 높은 경우 기존의 신념에 맞추어 정보를 해석하고 신념을 형성하려는 비이성적인 인지경향이 강해진다는 결론과도 상반되는 주장이다. 또한 본 연구는 특정 제도에 대한 소비자의 신념(믿음)수준과 그 신념으로 인한 구매의 편향성 관계를 분석한 것으로, 브랜드 사전지식을 원인변수로 가정한 한웅희와 이유재(2009)의 연구와 차이가 있다. 따라서 본 연구에서는 기존의 선행연구들과 동일하게 사전신념이 강할 경우 신념편향이 크게 발생한다고 가정하고 연구를 진행하였다.

김현숙과 한상필(2011)은 화장품브랜드와 광고모델에 대한 사전지식이

신념편향, 브랜드평가, 구매충동에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하였다. 그 결과 사전지식이나 사전신념이 신념편향을 발생시키는 원인변수가 된다는 기존연구들을 지지하였다. 특히 이 연구에서는 자기에 성향이 신념편향을 발생시키는 또 다른 원인이 된다는 결과를 밝혀냈다.

또한 김현숙(2011)은 소비자의 신념편향이 제품추론과 광고메시지의 타당성 평가에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 소비자들이 사전지식이 없는 새로운 브랜드 광고에 노출되었을 때, 해당 제품 광고의 창의성은 소비자에게 제품의 신념을 형성시키고 이는 편향적으로 작용한다는 것을 밝혀냈다.

한웅희(2014)는 우울함이나 부정적 자아인식 등과 같은 부정적 감정으로 부터 벗어나기 위해 소비자들이 사용하는 인지적 협소화(Cognitive narrowing)¹⁾가 신념편향의 발생에 미치는 영향을 도피이론적 관점에서 탐구하였다. 그 결과 인지적 협소화의 수준에 따라 신념편향의 발생 수준이 달라지는 것으로 나타났다. 즉, 자기혐오적이고 부정적인 감정상태에 있는 소비자들은 그렇지 않은 소비자들에 비해 인지적 협소화 현상이 나타나고 결과적으로 메시지의 논리적 타당성에 대한 정확한 평가를 내리기 어려운 상태에 빠질 가능성이 높다는 것을 밝혔다.

위와 같이 국내에서 공분산 기반모형을 활용하여 소비자의 신념 편향성을 검증한 연구들은 다수 존재하지만 신념이 실제 구매행동에 얼마나 편향성을 야기하는지를 검증한 연구는 없었다. 이러한 점에서 인지적 오류인 소비자의 편향성 검증을 신념차원에서 구매의도까지 확장하고자 하는 본 연구의 시도가 의미를 갖는다고 할 수 있다.

1) 사람들은 자신의 단점을 인식하게 되거나 자신의 이상을 충족시키지 못했을 때 부정적 감정을 경험하게 되는데, 인지적 협소화는 이러한 부정적 감정을 감소시키는 한 가지 방법으로 이상적 자아와 현실적 자아를 비교하여 인식하는 '자기인식' 수준을 감소시킴으로써 자아와 관련 기준 사이의 불일치를 더 이상 두드러지지 않은 것으로 만드는 것이다(한웅희, 2014).

Ⅲ. 우리나라 식품인증제도 운용실태

1. 식품인증제도 현황

식품산업은 농수축산물의 수확후 처리, 보관, 제조·가공, 포장, 운송 및 유통과 소비에 이르기까지 사람의 먹을거리를 취급하는 모든 산업을 총칭한다(김종도, 2013).

최근 식품산업에서 소비 트렌드는 사회·경제적 삶의 수준이 향상됨에 따라 품질, 안전, 건강을 넘어 환경친화적 단계로 변화하고 있다(김우선 외, 2011). 이와 같이 식품에 대한 소비자 가치 다변화로 인해 식품의 품질과 특징을 객관적으로 보증할 수 있는 수단으로서 신뢰성 높은 제3자에 의한 표시나 인증이 소비자의 식품 선택 시 중요한 수단으로 활용되고 있으며 그 중요성은 점점 더 커지고 있다.

우리나라는 1920년대에 마련한 농산물검사법을 효시로 하여 검사 중심의 품질보증제도가 발전되어 오다가 1962년 공업표준화법(현재의 산업표준화법)이 제정되어 식품산업에 ‘KS 인증제도’가 도입되면서 본격적인 제3자 인증제도가 활성화되기 시작했다(김명호 외, 2009). 이와 함께 소비자의 알 권리 충족과 다양한 품질요구사항별로 그 적합성을 보증하기 위한 수단으로 2016년 현재 49종 이상의 농수축산물 및 식품관련 인증제도 및 표시제도가 관련 법률에 근거하여 운영되고 있다.

여기서 ‘식품인증’이란 식품을 일정한 표준기술 또는 기술규정 등에 적합한지 여부를 평가하여 식품의 안전성, 신뢰성 등을 인증하는 기술규제

로서 시장진입을 지원하는 순기능을 수행한다. ‘식품표시’는 식품에 관한 각종 정보(원재료명, 내용량, 제조일자 및 유통기한, 영양성분, 주의사항 표시 등)를 제품의 포장이나 용기에 표시하는 제도이다(정기혜 외, 2013).

현재 우리나라의 식품관련 인증 및 표시제도는 크게 농림축산식품부, 해양수산부, 식품의약품안전처 등 3곳에서 관리 및 운영하고 있다. 부처별로 살펴보면 농림축산식품부는 총 22종(식품인증 20종, 식품표시 2종), 해양수산부는 총 12종(식품인증 10종, 식품표시 2종), 식품의약품안전처는 총 15종(식품인증 7종, 식품표시 8종)의 제도를 운용하고 있다(표 2).

제도의 운용방식은 식품출시를 위해 반드시 검사기관으로부터 인증을 획득해야 하는 강제성 유무 및 미준수시 행정처벌 여부에 따라 의무규정과 임의규정으로 구분되는데 운용방식은 9종이 의무규정, 40종이 임의규정이다. 의무규정으로 운용되고 있는 9종의 제도는 원산지 표시 5종, 위해요소중점관리기준(Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP) 인증 1종, 건강기능식품 인증 3종이다(표 3).

농산물과 수산물 가공식품 인증제도에 대한 소비자들의 신념과 구매의도 편향성을 확인하는 본 논문에서는 농림축산식품부와 해양수산부의 주요 식품관련 인증제도와 가공식품에 폭넓게 적용되는 식품의약품안전처의 식품 HACCP에 대하여 조사하였다.

<표 2> 부처별 식품관련 인증 및 표시제도 운용현황

소관부처		종류	제도명
인증 제도	농림축산 식품부	20종	품질인증(농산물, 술), 친환경농산물(무농약, 유기농, 유기가공식품), 친환경축산물(유기축산물, 무항생제축산물, 유기가공식품), 지리적 표시(농산물, 축산물), 전통식품인증, GAP, 사료공장 HACCP, 축산물 HACCP, KS인증, 식품명인, 농산물이력추적시스템, 축산물이력추적시스템(쇠고기와 돼지고기), 저탄소, 동물복지
	해양수산부	10종	수산물 HACCP, 친환경수산물(유기, 유기가공, 무항생제, 활성처리제비사용), 품질인증(수산물과 수산특산물), 수산전통식품인증, 수산물이력추적시스템, 천일염이력추적시스템, 지리적표시
	식품의약품 안전처	7종	건강기능식품인증, 건강기능식품 GMP 인증, 방사선조사식품, 어린이 기호식품 품질인증, 식품이력추적, 식품 HACCP, 축산물 HACCP
	소 계	37종	
표시 제도	농림축산 식품부	2종	음식점 원산지표시제, 농산물 원산지표시제
	해양수산부	2종	음식점 원산지표시제, 수산물 원산지표시제
	식품의약품 안전처	8종	• 어린이기호식품: 신호등 표시, 고카페인 표시 • 건강기능식품 : 기능성 표시, 영양표시, 유통기한 표시 • 가공식품 : 영양표시, 유통기한 표시, 고카페인 표시
	소 계	12종	
총 계		49종	

주: 축산물 HACCP 인증제도의 경우 농장, 도축장 및 집유장의 위해요소 중점관리 기준 운영에 관한 사항은 농림축산식품부에서, 기타업종(축산물 가공업, 식육포장처리업 등)은 식품의약품안전처에서 담당

자료: 농림축산식품부 홈페이지, 해양수산부 홈페이지, 식품의약품안전처 홈페이지, 법제처 국가법령정보센터, 다부처관련 정책현황조사: 식품인증·표시. 정기혜 외(2013)

〈표 3〉 제도 효력에 따른 식품관련 인증 및 표시제도 운용현황

부처	구분		제도
	성격	개수	
농림축산 식품부	의무	3	원산지표시(농산물, 음식점), 축산물이력추적
	임의	19	
해양수산부	의무	2	원산지표시(수산물, 음식점)
	임의	10	
식품의약품 안전처	의무	4	식품 HACCP(12개 품목), 건강기능식품 : 기능성, 유통기한, 영양표시
	임의	11	
총계	의무	9	
	임의	40	

주: HACCP 의무적용 품목은 2016년 현재 어묵·어육소시지, 냉동수산식품(어류·연체류·조미 가공품), 냉동식품(피자류·만두류·면류), 과자(과자·캔디류), 음료류, 레토르트식품, 배추김치, 빵류·떡류, 초콜릿류, 국수·유당면류, 특수용도식품, 즉석섭취식품(순대) 등 12개임
 자료: 농림축산식품부 홈페이지, 해양수산부 홈페이지, 식품의약품안전처 홈페이지, 법제처 국가법령정보센터, 다부처관련 정책현황조사: 식품인증·표시. 정기혜 외(2013)

농림축산식품부와 해양수산부에서 운영하고 있는 농식품 국가인증마크는 친환경농산물(무농약, 유기농, 유기가공식품), 친환경축산물(유기축산물, 무항생제축산물, 유기가공식품), 친환경수산물(유기수산물, 유기가공식품, 무항생제, 활성처리제비사용), 품질인증(농산물, 수산물 및 수산특산물, 술), 전통식품(농산물, 수산물), 지리적표시(농산물, 축산물, 수산물), HACCP(사료공장, 축산물, 수산물), 이력추적시스템(농산물, 축산물, 수산물, 천일염), 식품명인, KS인증, 저탄소, 동물복지 등 총 30종이며 주요 농수축산물 인증제도의 마크와 인증세부내용은 <표 4>와 같다.

<표 4> 주요 농수축산물 및 식품 인증마크와 인증세부내용

인증마크	인증제도명	세부내용
	친환경농축산물 (유기농)	합성농약과 화학비료를 사용하지 않고 친환경적으로 재배한 농산물과 항생제와 항균제를 첨가하지 않은 유기사료를 먹여 사육한 축산물임을 보증하는 제도
	친환경농산물 (무농약)	합성농약은 사용하지 않고 화학비료는 최소화하여 친환경적으로 생산한 농산물 임을 보증하는 제도
	친환경수산물 (유기식품)	생태계와 환경을 유지·보전하면서 친환경적 이고 유기적인 방법으로 생산한 수산물임 을 보증하는 제도
	친환경축산물 (무항생제)	항생제, 항균제 등이 첨가되지 않은 사료를 먹이고, 성장촉진제나 호르몬제를 사용하지 않으며, 사육 조건, 질병관리 등의 엄격한 인증기준을 지켜 생산한 축산물임을 보증 하는 제도
	친환경 농수축산 가공식품 (유기가공식품)	유기적인 방법으로 생산된 농수축산물을 원료로 하여 제조·가공한 식품임을 보증하는 제도
	농산물 우수관리인증 (GAP)	농산물의 안전성을 확보하고 농업환경을 보전하기 위하여 농산물과 농업환경에 잔류 할 수 있는 각종 위해요소(농약, 중금속, 미생물 등)를 사전예방적으로 안전하게 관리하는 과학적인 위생안전관리 체계

인증마크	인증제도명	세부내용
	지리적표시제 (농수축산물)	명성, 품질 등이 특정지역의 지리적 특성에 기인하였음을 등록하고 표시하는 제도로써 국내외적으로 농산물(축산물, 임산물 포 함)과 수산물 및 그 가공품에 적용
	식품HACCP	식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해 요소를 규명하여 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생 관리체계
	수산물HACCP	생산·출하전단계의 수산물 양식어업시설에서 양식수산물에 대한 위해요소중점관리기준을 정하여 체계적으로 관리하는 기법
	축산물HACCP	가축의 사육부터 축산물의 원료관리, 처리, 가공, 포장, 유통, 판매까지 축산물을 최종 소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 우려가 있는 위해 요소를 규명하여 중점관리 함으로서 식품의 안전성을 확보 하기 위한 위생관리체계
	한국식품명인 제도	전통식품의 계승, 발전과 가공기능인의 명예를 인정하고 보호, 육성하기 위해 만들어진 제도로써 지정된 전통식품과 명인의 가치를 향상시키는 제도
	KS인증	합리적인 식품 및 관련서비스의 표준을 제정 보급함으로서 가공식품의 품질과 관련 서비스를 향상시키기 위해 만들어진 제도

인증마크	인증제도명	세부내용
	전통식품 품질인증 (농수산물)	국내산 농수산물을 주원(재)료로 하여 제조, 가공, 조리되어 우리 고유의 맛, 향, 색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 제도
	수산물 품질인증	수산물 및 수산특산물의 품질을 향상시키고 소비자를 보호하기 위해 실시하는 제도
	저탄소 농축산물 인증	농축산물 생산 전과정에서 온실가스 배출량을 줄이는 '저탄소 농업기술'을 적용하여 생산한 농산물임을 인증하는 제도
	동물복지 축산농장 인증	쾌적한 환경에서 동물의 고통과 스트레스를 최소화 하는 등 높은 수준의 동물복지 기준에 따라 인도적으로 동물을 사육하는 농장에 대해 인증하는 제도
이력추적시스템 (농수축산물 및 식품)		
   		식품안전성 등에 문제가 발생할 경우 해당 식품을 추적하여 원인을 규명하고 필요한 조치를 할 수 있도록 생산단계부터 판매단계까지 각 단계별로 정보를 기록·관리하는 제도 • 부처별로 각각 사용하고 있는 이력제 로고를 통합 • 구·통합로고 병행사용 ('16.1. ~ 12.) • 통합로고 단독 사용 ('17.1월~) 

자료: 농림축산식품부 농식품정보누리 홈페이지, 국립농산물품질관리원 친환경인증관리 정보시스템, 국립수산물품질관리원 홈페이지, 축산물 및 수산물 이력추적시스템 홈페이지, 한국식품안전관리인증원 홈페이지

특히 2010년대 들어 저탄소 인증제도, 동물복지 축산농장 인증 등과 같은 제도들이 신설되었다. 이는 소비자들이 식품의 위해요소 유입 방지 및 안전성 확보뿐만 아니라 환경적 요소와 동물들의 복지에 관한 부분 등 다양한 요인들을 식품 구매시 고려하게 되었음을 보여준다고 할 수 있다.

2. 농수축산물 공통 적용 식품인증제도

농수축산물에 공통적으로 적용되는 인증제도는 <표 5>와 같이 친환경 인증과 이력추적시스템, 지리적표시제, 식품HACCP 총 4가지로 나타났다.

각 제도의 법적 도입목적은 살펴보면 아래와 같다.

친환경인증제도(유기식품인증)는 『친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률』에 의거하여 운용된다. 동 법률 제2조(정의)에 따르면 “친환경농어업”이란 합성농약, 화학비료 및 항생제·항균제 등 화학자재를 사용하지 아니하거나 그 사용을 최소화하고 농업·수산업·축산업·임업(이하 ‘농어업’) 부산물의 재활용 등을 통하여 생태계와 환경을 유지·보전하면서 안전한 농산물·수산물·축산물·임산물(이하 ‘농수산물’)을 생산하는 산업을 말한다.

“친환경농수산물”이란 친환경농어업을 통하여 얻는 것으로 유기농수산물, 무농약농산물, 무항생제축산물, 무항생제수산물 및 활성처리제 미사용 수산물과 유기농수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통되는 식품인 유기가공식품을 포함한다.

품목별로 살펴보면 친환경농산물인증은 유기농산물, 무농약 농산물, 유기가공식품으로 구성된다. 유기농산물은 유기합성농약과 화학비료를 일체 사용하지 않고 재배한 농산물을 인증한다. 무농약 농산물은 유기합성 농약을 일체 사용하지 않고 화학비료는 권장 시비량의 1/3 이내로 사용하여

재배한 농산물에 대하여 인증을 받을 수 있다. 유기가공식품은 유기농산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통된 식품이다.

<표 5> 농수축산식품에 공통 적용되는 인증제도

인증제도	농산물	수산물	축산물	인증마크
친환경인증 (유기식품)	유기농산물	유기수산물	유기축산물	
		무항생제 수산물		
	무농약 농산물	활성처리제 비사용수산물	무항생제 축산물	
	유기가공식품			
이력추적 시스템	선택	선택	의무	
지리적 표시	선택	선택	선택	
식품 HACCP	일부 의무	일부 의무	선택	

주: 친환경인증제도는 농수축산물 모두 선택적용

자료: 법제처 국가법령정보센터

친환경수산물인증은 양식수산물을 대상으로 실시되며 인체에 유해한 화학적 합성물질 등을 사용하지 아니하거나 동물용의약품 등의 사용을 최소화하여 수서생태계와 환경을 유지·보전하면서 생산된 유기수산물을 인증하는 제도이다. 유기수산물, 유기가공식품, 무항생제수산물, 활성처리제

비사용 수산물 등 총 4개의 인증으로 세분화되며 현재 유기수산물 인증 대상 품목에는 김, 굴, 홍합, 미역, 다시마 등 총 5개 품목이 지정되어 있다. 유기가공식품은 유기수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통된 식품이다. 무항생제수산물은 양식수산물 중 해조류를 제외한 수산물을 항생제를 투여하지 않고 생산하는 경우 인증을 받을 수 있으며 넙치, 무지개송어, 뱀장어, 전복, 흰다리새우 총 5개 품목이 현재 인증대상품목으로 지정되어 있다. 활성처리제 비사용 수산물은 양식수산물 중 해조류를 식품첨가물이나 다른 원료를 사용하지 아니하고 단순히 자르거나, 말리거나, 소금에 절이거나, 숙성하거나, 가열하는 등의 단순 가공과정을 통해 생산한 경우 인증을 받을 수 있으며 현재 김, 미역, 톳, 다시마, 마른김, 마른미역, 간미역 등 7개 품목이 적용대상이다.

친환경축산물인증은 유기축산물, 무항생제축산물, 유기가공식품으로 구성된다. 유기축산물은 유기사료를 먹이고 항생제와 항균제를 사용하지 않고 사육한 축산물을 인증대상으로 한다. 무항생제축산물은 항생제, 합성 항균제, 호르몬제가 첨가되지 않은 일반사료를 급여하면서 인증 기준을 지켜 생산한 축산물에 대하여 인증을 받을 수 있다. 유기가공식품은 유기축산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통된 식품이다.

이력추적시스템은 『농수산물 품질관리법』, 『가축 및 축산물 이력관리에 관한 법률(약칭: 축산물이력법)』, 그리고 『식품위생법』에 의거하여 운용된다. 각 법률에 명시된 품목별 이력추적시스템 도입목적은 <표 6>과 같다.

<표 6> 법률에 명시된 품목별 이력추적시스템 도입목적

품목	관련법령	정의
농산물 수산물	농수산물 품질관리법 제2조	“이력추적관리”란 농수산물의 안전성 등에 문제가 발생할 경우 해당 농수산물을 추적하여 원인을 규명하고 필요한 조치를 할 수 있도록 농수산물의 생산단계부터 판매단계까지 각 단계별로 정보를 기록·관리하는 것을 말한다.
축산물	축산물 이력법 제1조	가축 및 축산물의 이력관리에 필요한 사항을 규정함으로써 방역의 효율성을 도모하고 축산물의 안전성을 확보하여 소비자 이익의 보호 및 증진과 축산업 및 관련 산업의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.
가공 식품	식품위생법 제2조	“식품이력추적관리”란 식품을 제조·가공단계부터 판매단계까지 각 단계별로 정보를 기록·관리하여 그 식품의 안전성 등에 문제가 발생할 경우 그 식품을 추적하여 원인을 규명하고 필요한 조치를 할 수 있도록 관리하는 것을 말한다.

자료: 법제처 국가법령정보센터

지리적표시제도는 『농수산물 품질관리법』에 의거하여 운용되고 있다. 동 법률 제2조(정의)와 제32조(지리적표시의 등록)에 따르면 “지리적표시”란 농수산물 또는 농수산가공품의 명성·품질, 그 밖의 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농수산물 또는 농수산가공품이 그 특정 지역에서 생산·제조 및 가공되었음을 나타내는 표시로, 지리적 특성을 가진 농수산물 또는 농수산가공품의 품질향상과 지역특화 산업육성 및 소비자보호를 목적으로 한다.

마지막으로 **식품 HACCP(안전관리인증기준)**은 『식품위생법』에 의거하여 운용된다. 동 법률 48조(식품안전관리인증기준)에 따르면 “식품안전관리

인증기준”은 식품의 원료관리 및 제조·가공·조리·소분·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준이며 해당기준을 준수한 적용업소는 식품안전관리인증기준적용업소로 인증을 받을 수 있다.

관련법령을 근거로 친환경인증, 이력추적시스템, 지리적표시제, 식품 HACCP의 도입목적의 핵심키워드를 <표 7>과 같이 요약하였다. 그 결과 지리적표시제를 제외한 친환경인증, 이력추적시스템, 식품 HACCP은 도입목적 내 2개 이상의 핵심키워드가 존재하는 것으로 나타났다. 또한 이들 제도는 ‘식품안전성 확보’라는 목적을 공통적으로 지니고 있었다.

친환경인증제도의 경우 식품안전성 확보 목적 외에도 ‘환경 보전(환경 친화적 생산)’의 목적이 존재하는 것으로 나타났다. 이력추적시스템과 식품 HACCP은 ‘식품유통과정의 투명성 확보’ 목적이 추가로 존재하고 있었다. 한편, 지리적표시제도는 법적 도입목적에 대한 키워드가 ‘품질 향상’으로 나타났다.

<표 7> 법률에 근거한 각 식품 인증제도의 도입목적 핵심키워드

	식품 안전성 확보	환경 친화적 생산	유통과정 투명성 확보	영양 우수	품질 향상
친환경 인증	0	0	-	-	
이력추적 시스템	0	-	0	-	
식품 HACCP	0	-	0	-	
지리적 표시	-	-	-	-	0

따라서 키워드 분석을 통해 식품인증제도가 다양한 목적달성을 위해 실시되고 있음을 파악할 수 있다. 이는 소비자들이 식품의 인증마크에 대하여 단일 신념이 아닌 복수의 신념을 형성할 수 있음을 의미한다. 나아가 소비자가 인증마크를 식품 구매에 외재적 증거로 활용할 때 해당 제도에 대한 각각의 신념에 상대적 중요도를 다르게 평가하고 이를 구매에 반영할 수 있음을 의미한다.

3. 식품별-인증제도별 실제 판매상품 현황

제2절에서 살펴본 농수축산물에 공통적으로 적용되는 4가지 인증제도를 분석에 적용하기 전 각 인증마크가 부착된 제품들이 실제로 시장에 얼마나 유통되고 있는지 살펴보았다.

이를 위해 2016년 2월 부산 시내 대형마트와 백화점에²⁾ 방문하여 친환경, 이력추적시스템, HACCP, 지리적표시 인증제도가 적용된 식품의 실제 판매현황을 조사하였다.

조사결과는 아래 <표 8>, <표 9>, <표 10>, <표 11>과 같다.

친환경인증식품의 판매처 진열현황 조사 결과(표 8), 농·축산물의 경우 다양한 품목들이 친환경인증식품으로 실제 판매처에 구비되어있는 반면 수산물은 해조류 제품에 편중되어 있었다. 먼저 유기식품(유기농산물, 유기수산물, 유기축산물)의 경우 농산물은 쌀, 과채류 등 신선 또는 단순 저차가공품이 대부분을 차지하고 있었다. 반면 축산물은 우유, 치즈 등 고차가공 유제품이 주를 이루고 있었다. 유기수산물의 경우에는 해조류만이 실제 판매처에 진열 및 판매되고 있었다. 무농약·무항생제 제품은 농산물과 축산물의 경우 신선 및 저차가공식품 위주로 인증제품이 진열되어 있었다.

2) 이마트 사상점, 구서점 홈플러스 센텀점, 롯데마트 화명점, 신세계 센텀시티점, 롯데 센텀시티점

반면 수산물은 무항생제 및 비활성처리제 인증 제품을 실제 판매처에서 찾아볼 수 없었다. 농·수·축산물 모두 친환경인증마크 중 유기농식품 인증마크가 부착된 제품을 실제 판매처에서 가장 많이 발견할 수 있었다. 농산물 유기농식품의 경우 두부부터 과일주스, 과일 잼, 통조림, 선식에 이르기까지 농산물을 원료로 한 다양한 종류의 고차가공품이 판매되고 있었다. 수산물은 유기수산물과 동일하게 김자반, 마른김, 조미김, 건미역 등 주로 해조류 제품 위주로 제품이 구성되어 있었으며, 축산물 유기농식품은 즉식 소불고기, 사골곰탕 등 인스턴트 및 레토르트 식품이 많은 부분을 차지하고 있었다.

친환경인증식품 조사에서 무엇보다 중요한 발견은 실제 판매처에 진열된 인증수산물들이 단일품목에 집중되어 있다는 사실이다. 국립수산물품질관리원에 따르면 넙치, 뱀장어 등 어류와 전복, 굴 등 패류 그리고 김, 미역 등 해조류를 포함한 15개 품목이 2016년 현재 친환경인증 등록대상 품목으로 지정되어 있다. 그러나 실제 판매처 현황조사에서는 양념류인 혼합가루를 제외한 전 제품이 해조류 가공품으로 나타났다. 이 같은 등록대상 품목과 실제로 판매되는 품목의 다양성 격차는 수산물에 있어 친환경인증제도 활성화에 부정적 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단된다.

이력추적시스템이 적용된 식품의 경우 농산물은 유기농인증제품 조사 결과와 같이 쌀, 잡곡, 과일, 채소 등과 같이 신선 또는 단순저차 농산가공품이 주를 이루고 있었다(표 9). 이는 농산물의 경우 이력추적관리 등록대상품목이 ‘농업활동으로 생산되는 모든 농산물’로 한정되어 농산물가공품의 경우 농산물이력추적관리 대상이 아닌 식품이력추적관리 대상 품목에 해당되기 때문이다. 실제로 식품이력추적관리 대상품목은 대부분 농산물 가공식품이 차지하고 있었다. 수산물은 고등어, 갈치와 같은 선어 제품과 조기(굴비), 건멸치와 같은 어류가공품을 포함해 해조류 제품(김,

다시마 등)과 즉석회(광어)까지 친환경인증 수산물제품에 비하여 다양한 종류가 판매되고 있었다. 축산물의 경우 소고기와 돼지고기 모두 이력 시스템 의무적용품목으로, 전 제품에 표기되어 있었다.

4가지 제도들 가운데 HACCP 인증마크가 부착된 제품이 농·수·축산물 모두 월등히 많았다(표 10). 농산물의 경우 의무적용품목인 김치(배추김치) 제품을 포함하여 견과류, 과일주스, 두부 등 콩 제품 등 다양한 가공품들의 포장에 HACCP 인증마크가 부착되어 있었다. 수산물 역시 건조품부터 냉장품, 냉동품, 통조림제품에 이르기까지 다양한 HACCP 인증 수산물 가공품이 실제 식품매장에서 판매되고 있었다. 축산물 역시 난류 등 신선 식품부터 냉장식품, 레토르트 식품까지 다양한 HACCP 인증 축산가공품이 판매처에 구비되어 있었다.

한편 지리적표시제도의 경우 농·수·축산물 모두 판매처에서 실제 인증 마크가 부착된 제품을 발견하기 어려웠다(표 11). 농산물은 쌀(이천쌀, 여주쌀)에서만 지리적인증마크를 확인할 수 있었으며 수산물과 축산물은 실제 조사한 판매처 내에서 지리적표시제 인증제품을 발견할 수 없었다.

조사결과를 통해 비록 법적으로 지리적표시인증을 획득한 품목이 다양 할지라도 실제 판매처에서 소비자들이 쉽게 제품을 접하기 힘들다는 것을 발견했으며, 이로 인해 소비자들이 지리적표시제도에 대한 인지율이 매우 낮을 것이라는 것을 예상할 수 있었다.

〈표 8〉 실제 판매처에서 확인한 친환경인증식품 진열 현황

식품	제도	판매처 확인 품목
농산물	유기농산물	쌀(참쌀, 현미, 햅쌀 등), 채소(콩나물, 쌈채소, 당근 등), 과일(블루베리, 딸기 등) 등 신선식품 및 단순저차가공품 위주
	무농약	쌀(참쌀, 현미 등), 채소(버섯, 고추, 토마토, 양배추, 쌈채소 등), 과일, 건조제품(건포도, 건대추 등) 신선식품 및 단순저차가공품 위주
	유기가공	두부, 쌀과자, 전식, 시리얼, 양념(마늘가루 등), 과일주스, 두유, 통조림(스위트콘), 잼, 차(유자차 등) 등 고차가공품 위주
수산물	유기수산물	도시락김, 마른김, 조미김, 구운김 등 단순저차가공해조류 제품
	무항생제	없음
	활성처리제 비사용	
	유기가공	김자반볶음, 도시락김, 마른김, 조미김, 구운김, 건미역, 김과자, 양념(홍합가루) 등 해조류 가공품 위주
축산물	유기축산물	치즈, 우유, 요구르트 등 고차가공 유제품 위주
	무항생제	계란, 메추리알 등 신선식품 및 한우 다짐육, 돼지고기(냉장), 닭고기(냉장) 등 저차가공품
	유기가공	즉석 소불고기, 한우갈비탕, 사골곰탕 등 레토르트 제품 위주

<표 9> 실제 판매처에서 확인한 이력추적식품 진열 현황

식품	판매처 확인 품목
농산물	쌀, 잡곡(콩 등), 과일(사과, 복숭아 등), 채소(파프리카, 방울토마토, 배추 등) 신선식품 및 단순저차가공품 위주
수산물	광어(회), 조기(굴비), 김(조미김, 마른김), 다시마, 건멸치, 건미역, 건오징어 등 단순저차가공품 및 고등어(생물), 갈치(생물, 토막) 등 선어 제품
축산물	소고기, 돼지고기
가공식품	두부, 즉석조리식품(햇반, 즉석죽 등), 면류(국수, 라면 등) 식용유지류(들기름, 참기름 등), 음료류(과일 및 야채주스 등) 등과 같은 다양한 농산물 고차가공식품 및 젓갈류(액젓) 등 수산물 가공식품

주 1) 축산물(소고기, 돼지고기)은 의무적용

2) 농산물가공식품은 식품이력추적제도 적용품목에 해당됨

<표 10> 실제 판매처에서 확인한 HACCP 인증식품 진열 현황

식품	판매처 확인 품목
농산물	김치, 건과류 제품(건과류 믹스제품 등), 과채주스, 콩 제품(두부, 두유 등), 면류 등 농산물을 원료로 한 다양한 가공품
수산물	수산물 건조품(취포, 어포, 멸치, 김, 미역 등), 냉장품(냉장홍어, 간고등어 등), 젓갈류, 수산냉동품, 통조림제품 등 다양한 수산가공품
축산물	계란, 메추리알 등 신선식품 및 냉장육(쇠고기, 돼지고기, 닭고기), 양념육(불고기, 오리주물럭 등), 레토르트 식품(육개장 등 즉석국 및 찌개) 통조림 등 다양한 축산가공품

<표 11> 실제 판매처에서 확인한 지리적표시제 인증식품 진열 현황

식품	판매처 확인 품목	지리적표시제에 등록된 품목
농산물	쌀 (이천쌀, 여주쌀)	쌀(안성쌀 등), 과일(제주한라봉 등), 채소(창녕 마늘 등), 인삼제품(고려인삼 등) 등 총 90건
수산물	없음	어류(완도넙치, 남원미꾸라지 등), 패류(해남전복, 여자만 새고막 등), 해조류(고흥미역, 장흥매생이 등) 등 총 33개 품목 22건
축산물	없음	한우(홍천한우, 횡성한우 등) 5건, 돼지고기(제주 돼지고기) 1건 등 총 6건

주: 지리적표시제도에 등록된 품목은 2016년 4월 기준, 국립농산물품질관리원(농산물, 축산물) 및 국립수산물품질관리원(수산물) 홈페이지에 등록된 건수를 기준으로 작성하였음

실제로 이동필 외(2011)는 전국의 만 25세~59세 기혼여성 700명을 대상으로 지리적표시제도에 대한 인식 및 이해도에 관한 설문조사를 실시한 결과 전체 응답자 중 오직 15% 정도만이 ‘지리적표시제도에 대해 알고 있다’라고 응답하였다. 정기혜 외(2013)는 식품 인증 및 표시제도에 대한 소비자와 식품업체의 인식을 파악하고 개선방안을 도출하기 위해 소비자 식품위생감시원 59명과 식품업체 32개소를 대상으로 37종의 인증 및 표시제도에 대해 K.A.P조사를³⁾ 실시하였는데 그 결과 농수산물 지리적표시제는 다른 인증제도에 비해 상대적으로 인지율 및 활용도가 낮게 나타났다.

따라서 본 연구에서는 농수축산물에 공통적으로 적용되는 4가지 식품 인증제도 중 실제로 판매처에서 쉽게 접할 수 없으며 제도에 대한 소비자의 인지율이 낮은 지리적표시제를 제외한 3가지 인증제도(친환경, 이력추적 시스템, 식품HACCP)에 대하여 소비자 조사 및 분석을 실시하였다.

3) 설문지가 K: Knowledge(지식), A: Attitude(태도), P: Practice(활용)으로 구성되어 특정 주제에 대해 지식, 태도, 활용을 알아보는 Model로, 소비자 인식조사에 주로 사용되는 조사방법(정기혜 외, 2013)

4. 국내 식품인증제도에 관한 선행연구

국내 농수축산 및 식품인증제도에 대한 선행연구들은 인증제도 현황 및 활용여부(김성용과 이계임, 2002; 김성숙, 2008; 박종명 외, 2015 등 다수), 인증제도가 적용된 제품에 대한 소비자 인식도, 태도 및 구매행동(강경실 2011; 김성혁 외, 2012; 김원용 외, 2015; 박미선 외, 2014; 박준모와 박진구, 2015; 정용택 2007 등 다수), 만족도(김규동 외, 2008; 김우선 외, 2011 등 다수) 연구가 대부분이다. 이 가운데 몇몇 연구들을 아래와 같이 정리했다.

김성용과 이계임(2002)은 식품구입시 소비자의 품질인증표시 사용여부를 결정하는 요인을 이변량 프로빗모형을 사용하여 분석하였다. 수도권지역의 551가구를 대상으로 설문조사를 실시하여 분석한 결과 소비자의 품질인증표시 사용여부에 영향을 미치는 변수는 건강에 대한 관심도, 음식장만의 여부, 국산 농산물의 안전성에 대한 평가수준으로 나타났다. 특히 이 연구에서는 품질인증표시의 확인여부가 품질인증제도의 인지도와 아주 밀접한 관련이 있기 때문에 품질인증제도의 활용도를 높이기 위해서는 제도의 인지도를 제고하는 소비자 교육 및 홍보정책이 우선될 필요가 있다고 주장하였다.

김성숙(2008)은 농·식품관련 대표적인 품질인증표시(친환경농산물 인증마크 4종류, 농산물품질인증마크, HACCP 인증마크, 한국전통식품 인증마크)에 대한 소비자들의 인지도, 이해도, 신뢰도 및 이용도를 파악하고 소비자들의 인증제 이용도에 영향을 미치는 요인들을 검증했다. 서울시 및 수도권에 거주하는 성인 539명을 대상으로 조사한 자료를 분석한 결과 소비자의 농·식품 품질인증표시 인지도와 이용도는 낮은 수준인 반면 이해도와 신뢰도는 중간정도 수준으로 나타났다. 또한 소득수준이 낮을수록, 연령이 낮은 집단일수록, 상품 구입시 맛과 가격을 고려하는 집단일수록,

수입식품 안전평가가 긍정적일수록 품질인증표시 이용도는 낮았다. 반면 인터넷을 통한 상품정보를 이용하는 경우 그리고 GMO 위험에 대한 인지도가 높은 경우 품질인증표시 이용도가 높았다.

김규동 외(2008)는 서울지역 주부들의 친환경농산물에 대한 구매행동과 만족도를 분석하였다. 서울지역 거주 20세 이상 주부 306명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 친환경농산물 이용실태에 있어 월 1회 정도 구매한다는 응답이 38.9%로 가장 많았고 채소류의 구매비율이 83.3%로 과실류(49.0%), 두류(43.1%), 곡류(27.8%)에 비해 월등히 높았다. 친환경농산물은 주로 할인점(45.8%)에서 구입하고 있는 것으로 나타났다. 또한 주부들은 친환경농산물 선택 시 위생상태 및 신선도, 안전성, 영양가, 맛의 순서로 중요한 평가기준으로 고려하는 것으로 나타났으며 실제 사용 후 만족도는 영양가가 가장 높았고 안전성, 신선도, 맛 등이 순서대로 높게 나타났다. 반면 친환경농산물의 가격수준에 대해서는 가장 불만족스러움을 나타냈다.

김성혁 외(2012)는 친환경농산물 인증마크에 대한 이미지, 인지도, 공신력이 소비자들의 구매의도에 어떠한 영향을 미치는지 수도권 소비자 305명을 대상으로 설문을 실시한 후 자료를 분석했다. 그 결과 친환경농산물 인증마크 자체가 가지는 이미지와 인지도가 소비자의 구매의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었으며 친환경농산물 인증마크의 가장 중요한 기능인 공신력이 소비자들의 구매의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

박미선 외(2014)는 국내외 품질인증농산물에 대한 소비자 인식에 건강 및 환경 관심도가 미치는 영향을 알아보았다. 서울·경기지역에 거주하는 19세 이상 성인남녀 300명을 대상으로 국내외 품질인증농산물(친환경, 우수관리, 미국 USDA 인증 농산물)의 인지도, 신뢰도, 구매의도 및 추가

지불의사, 건강 및 환경 관심도에 대한 설문조사를 실시하였다. 조사 결과 국내외 품질인증농산물에 대한 인식은 건강 관심도 집단에 비해 환경 관심도 집단이 더 긍정적인 것으로 나타났다. 또한 소비자의 인식 중에서 건강 관심도는 인지도에, 환경 관심도는 구매의도에 유의미한 영향을 미쳤다.

박종명 외(2015)는 시중에 유통 중인 농축산물을 대상으로 소비자 구매 시점인 소매단계에서 국가인증품의 유통 비율 및 부적합 인증품 유통비율을 조사했다. 이를 위해 각 인증제도의 관계법령을 고찰하여 인증종류별 인증대상 품목을 정리한 후 농축산물이 집중 유통될 것으로 생각되는 전국 대형마트(Hypermarket) 6곳을 선정하여 이들의 품질표시를 조사하였다. 그 결과 전체 조사대상 농산물 1,588제품 중 친환경 인증(16.5%), 지리적표시(2.14%), 우수관리 농산물(1.57%), 농산물 이력추적등록(0.13%)의 비율을 보였으며 축산물의 경우 전체 축산물 405 제품 중 친환경 인증(31.36%), 동물복지(1.98 %), 지리적 표시(0%)의 비율을 보였다. 이와 더불어 국가인증 표시품에 대해 인증표시의 적절성 여부를 평가하였을 때 전체 인증품 중 1.31%의 제품에서 부적합 표시가 나타났다. 세부적으로 살펴보면 농수산물 품질관리법에 의한 인증의 경우 총 102제품 중 14.7%에서 부적합을 보였으며, 친환경 관련법에 따른 인증은 부적합이 발생하지 않았다.

김원용 외(2015)는 2012년부터 시범사업으로 운영 중인 저탄소 농산물 인증제에 대한 생산자와 소비자의 인식을 조사하고 경제적 파급효과를 분석하였다. 먼저 생산자 인식 조사 결과 농가의 69.5%가 저탄소 농산물 인증제가 필요하다고 인식하였고 시범사업 참여농가의 23.9%가 저탄소 인증제를 보통수준으로 알고 있는 것으로 나타났다. 소비자 인식조사 결과에서는 다수의 소비자가 가격이 동일할 경우 저탄소 미인증 유기농산물

대신 저탄소 인증 유기농산물을 구매할 의사가 있다고 응답했다. 또한 저탄소 농산물 인증제 운영에 따른 탄소감축의 경제적 효과는 최대 900.2 억 원으로 추정되는 것으로 나타났다. 마지막으로 저탄소 인증제에 대한 농가 수용의사는 19.9%로 소비자 지불의사인 7.87%보다 2배 이상 높았다.

박준모와 박진구(2015)는 수산물인증제도의 각 인증제도별 인식도를 파악하고 인구통계학적 요인 중에서 각 인증제도의 인식도에 영향을 미치는 것이 무엇인지를 분석하였다. 서울지역에서 기혼여성 300명을 대상으로 조사 및 분석한 결과 수산물 HACCP의 인식도가 54.7%로서 가장 높은 것으로 나타났으며 친환경수산물은 31.4%로 두 번째로 인식도가 높게 나타났다. 반면 지리적표시제와 수산물이력제는 인식도 수준이 낮은 것으로 나타났다. 그러나 박준모와 박진구(2015)는 연구에서 수산물 HACCP의 인식도가 높게 나타난 것은 응답자들이 수산물 인증으로서 HACCP을 인식하는 것이 아니라 축산물 또는 가공식품 분야에서 HACCP에 대한 홍보 효과에 따른 반사적인 이익을 본 것으로 판단된다고 서술하였다. 이는 응답자들이 설문조사에서 수산물 HACCP을 ‘생산 및 출하전단계의 육상어류양식장을 대상으로 실시하는 위해요소중점관리 인증제도’가 아닌 다른 의미의 HACCP으로 인식하고 응답하는 오류를 범하였음을 보여주는 것으로 추정할 수 있다. 또한 연령, 최종학력, 가구소득, 수산물 구입횟수 등 인구통계학적 요인들은 소비자들의 수산물 인증제도에 대한 인식도에 큰 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

위에서 살펴본 바와 같이 국내 식품인증제도에 관한 대부분의 선행연구들은 식품인증제도에 대한 소비자의 인식 및 태도와 구매행동에 집중되어 있다. 반면 소비자의 인증식품 구매행동에 편향성을 발생시키는 사전인념을 검증한 연구는 아직 없는 실정이다.

또한 품목의 관점에서 살펴보면 선행연구들이 농산물에 편중된 것을

확인할 수 있는데, 수산물에 있어 인증제도에 관한 연구는 제도의 현황 및 개선방안에 관한 연구(김진영, 2013; 주문배와 이현동, 2011; 주문배, 2012)가 대부분이며 소비자 인식도 분석연구는 위에서 살펴본 박준모와 박진구(2015)의 연구가 유일하다. 그러나 이 역시 소비자의 인구통계학적 요인들이 수산물 인증제도에 관한 인식도에 영향을 미치는지 검증하는 수준에서 진행되었을 뿐만 아니라 응답자의 인증제도 인식 오류 등과 같은 연구의 한계점이 존재한다. 따라서 본 연구와 같이 수산물 인증제도에 대한 보다 심층적인 소비자 신념 및 구매행동에 관한 후속연구가 반드시 필요한 실정이다.

나아가 본 연구는 선행연구에서 다루지 않았던 동일한 인증제도의 소비자 인식도를 식품별로 비교분석을 실시하고 이를 바탕으로 식품인증제도에 대한 보다 구체적인 효과측정을 가능하게 함으로서 제도의 활성화 및 발전에 기여할 수 있을 것이다.

IV. 연구가설 설정 및 연구설계

1. 연구가설의 설정

본 연구는 기본적으로 Jaccard and King(1977)의 ‘신념-행동의도’간 주관적 확률모델을 토대로 국내 농수산물가공식품에 공통적으로 적용되는 대표 식품 인증제도인 친환경인증제도, 이력추적시스템, HACCP에 대한 소비자의 사전신념과 구매의도의 관계를 각 제도별, 식품별(농산물, 수산물)로 분석하고, 각각의 사전신념에 따른 식품 구매의도의 편향성을 공분산기반 모델을 적용하여 측정하고자 한다. 식품인증제도의 사전신념에 대한 제도별, 식품별 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 의 차이를 확인하기 위한 <연구 가설 1>은 다음과 같이 설정하였다.

- 가설1-1 : 식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.
- 가설1-2 : 식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.
- 가설1-3 : 식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 제도 내에서도 차이가 있을 것이다.

주관적 확률모델이 통계적 확률모델인 객관적 확률모델의 법칙을 따르고 있는지 확인하기 위한 <연구가설 2>는 다음과 같이 설정하였다.

- 가설2-1 : 주관적 확률모델로부터 예측된 인증식품에 대한 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 는 소비자들로부터 직접 얻어낸 관찰된 구매의도 확률 $P(i)$ 와 유의한 상관관계를 가질 것이다.

식품인증제도의 사전신념을 바탕으로 주관적 확률모델을 통해 예측된 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 가 인증제도별, 식품별로 차이를 보이는지 확인하기 위한 <연구가설 3>은 다음과 같이 설정하였다.

- 가설3-1 : 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.
- 가설3-2 : 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.
- 가설3-3 : 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 제도 내 사전신념의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.

식품인증제도에 대한 사전신념이 소비자가 인증식품을 구매하는데 편향성을 야기하는지, 또한 인증제도별·식품별로 구매의도의 편향성을 발생시키는 사전신념에 차이가 나타나는지 확인하기 위한 <연구가설 4>는 다음과 같다.

- 가설4-1 : 식품인증제도에 대한 사전신념은 소비자가 인증식품을 구매하는데 편향성을 야기할 것이다. 따라서 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 값이 높은 집단과 낮은 집단의 구매의도의 편향성 Δi 값은 차이가 있을 것이다. 특히, $P(i')$ 값이 높은 집단에서 구매의도의 긍정적 편향성이 크게 나타날 것이다.
- 가설4-2 : 소비자의 구매편향을 발생시키는 사전신념은 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.
- 가설4-3 : 소비자의 구매편향을 발생시키는 사전신념은 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.

2. 연구 설계

가. 식품인증제도 사전신념 인터뷰 조사

가설검증을 위한 메인(Main) 설문조사에 앞서 식품인증제도에 대한 소비자의 사전신념을 도출하였다. 이를 위해 제3장 제2절에서 분석한 친환경인증, 이력추적시스템, HACCP의 법적 도입목적 핵심키워드를 실제로 소비자들이 각 식품인증제도에 대한 사전신념으로 형성하고 있는지 확인하는 인터뷰 조사를 실시하였다.

인터뷰는 수도권 및 부산 거주자 가운데 인터뷰 조사기간을 기준으로 1개월 이내에 인증 농수축산식품(가공품 포함)을 판매처에서 본적이 있거나 구매한 경험이 있는 20대 이상 남녀소비자를 대상으로 하였다. 무작위표본추출방법으로 선정된 총 51명의 응답자들에 대하여 일대일 대면방식으로 조사를 실시하였으며 조사도구는 설문지를 활용하였다. 설문지

에는 친환경인증, 이력추적시스템, HACCP의 법적 목적 및 제도 내용과 각 인증제도의 신념에 대한 다지선다형 질문이 포함되었으며 응답자에게 각 제도의 사전신념에 해당하는 보기항목을 모두 선택하도록 하였다. 보기항목은 제3장에서 분석된 식품인증제도의 법적 도입목적 핵심키워드 내용과 함께 다수의 선행연구들을 통해 소비자가 식품 구매시 가장 중요하게 생각하는 요소인 ‘영양’과 ‘맛’을 추가하여 보기를 구성하였다. 또한 소비자들의 다양한 응답을 이끌어내기 위해 개방형 응답란을 포함하였다. 분석은 각각의 보기 항목에 대한 응답자의 선택빈도를 분석하였으며, 조사는 2016년 2월에 실시하였다.

인터뷰대상자의 인구통계적 특성은 남자가 11명, 여자는 40명이 인터뷰에 참여하였으며 연령별 구성비는 20대가 6명, 30대가 20명, 40대 15명, 50대 8명 그리고 60대 이상 응답자가 2명으로 나타났다.

<표 12>에 정리된 식품인증제도에 대한 사전신념 조사 결과는 <표 7>에서 살펴본 법적 도입목적 핵심키워드 요약의 결과와 동일하게 각 제도별로 두 가지 이상의 신념을 형성하고 있는 것으로 나타났다(표 12). 또한 가장 많은 빈도를 보인 신념들 역시 키워드 요약결과와 동일하게 ‘식품안전성 확보’, ‘환경친화적 생산’, ‘유통과정의 투명성 확보’ 등으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 식품인증제도에 대한 사전신념을 ‘식품안전성 확보’, ‘환경친화적 생산’, ‘유통과정의 투명성 확보’ 등 3가지로 구성하여 각 신념과 구매의도의 주관적 확률 및 구매의도의 편향성을 검증 해보고자 한다.

<표 12> 식품인증제도 사전신념 규명을 위한 인터뷰조사 결과

	친환경 (유기식품)	이력추적	HACCP	TOTAL
식품안전성 확보	23	21	33	77
환경친화적 생산	38	6	8	52
유통과정 투명성 확보	11	33	17	61
영양우수	9	1	3	13
맛우수	1	0	0	1
기타	2	3	2	7

주: 기타의견으로는 ‘제도를 신뢰할 수 없음’(유기2, 이력추적1, HACCP 2), ‘제품 구매시 해당인증제도 여부를 크게 신경 쓰지 않음’(이력추적 1) 등으로 나타남

나. 설문지 및 실험자극물에 대한 삼단논법의 구성

메인 설문조사에 사용된 설문지는 인구통계적 특성과 관련한 문항과 가설검증을 위한 식품인증제도의 사전신념-구매의도의 삼단논법의 설득 메시지 문항으로 구성되었다.

먼저 응답자의 일반적 특성에 관한 문항은 성별, 연령, 가구원수, 월 평균 가구소득 등 4개의 문항으로 구성하였다. 이 중에서 ‘월 평균 가구소득’ 문항의 보기는 통계청의 ‘2015년 가계금융·복지조사 결과’에서 제시한 2014년 소득 10분위 가구소득 경계값을 월 단위로 환산한 뒤 소득5분위 기준으로 구간별 최소값과 최대값을 제시하였다.

이어 식품인증제도에 대한 사전신념과 구매의도의 관계를 검증하기 위해 HACCP, 이력추적시스템, 친환경인증(유기식품) 등 3가지 식품인증제도에 대한 ‘친환경적 생산’, ‘식품안전성 확보’, ‘유통과정의 투명성 확보’ 등 3가지 신념에 대하여 각각 4개씩의 설득메시지를 구성했다.

식품종류에 따른 사전신념과 주관적 구매의도 확률 차이를 알아보기 위해

위의 인증제도가 모두 적용되는 품목임과 동시에 농수산물 가공식품 중 우리나라 사람들의 대표적 부식재료로 꼽히는 두부와 조미김을 각각 농산물과 수산물 대표식품으로 선정하고 이에 대한 설득메시지를 구성했다.

실제로 보건복지부 질병관리본부(2015)가 우리나라 국민들의 음식 항목별 섭취빈도 및 섭취량을 조사한 결과 김(김구이, 생김, 김무침)은 2014년 기준 주당 평균 섭취빈도 2.2회로 전체 수산물 조사품목 12개 중 1위를 차지했다⁴⁾. 이는 다른 수산물 음식의 주당 평균섭취빈도보다 월등히 높은 수준이다. 두부의 경우 동일 자료 내 중량을 기준으로 1일 평균 섭취량이 가장 높은 다소비식품 조사결과 1일 평균 섭취량 21.1g으로 전체 다소비식품 30개 품목(가공식품 포함) 중 16위를 차지했다. 전체 농산물 가공식품 중에서는 배추김치와 빵에 이어 3번째로 높은 섭취량을 보였다. 한편 30개 품목 내 포함된 수산물은 없었다.

실험자극은 선행연구(Jaccard and King, 1977; Jaccard et al., 1979; Kardes, 2001; 한웅희와 이유재, 2009; 김현숙, 2015)들과 같이 응답자가 현실감을 느낄 수 있도록 구체적인 제품편의를 사용하여 ‘속성-속성에 대한 구매의도’가 짝을 이루도록 구성하였다.

4개의 설득메시지로 총 18개의 논증세트(72문항)가 설문지에 사용되었다. 예를 들어, HACCP에 대한 논증세트는 다음과 같은 4개의 설득메시지로 구성되어 있다.

- P(b) : HACCP마크가 있는 두부는 식품안전성이 확보된 두부이다.
- P(i | b) : HACCP마크가 있는 두부가 식품안전성이 확보된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

4) 총 112개 음식항목 중 수산물은 12가지 품목이 포함되어 있음. 수산물 음식(주당평균섭취빈도)는 김구이·생김·김무침(2.20), 멸치·멸치볶음(1.50), 미역국(0.51), 오징어·오징어채·마른오징어(0.46), 고등어·꽁치(0.44), 어묵(0.42), 갈치·조기(0.33), 파래무침·미역초무침(0.21), 새우젓·오징어젓·조개젓(0.19), 북어국(0.17), 미역줄기볶음(0.13), 게장(0.06) 순으로 나타남.

- $P(i | b')$: HACCP마크가 있는 두부가 식품안전성이 확보된 두부가 아니라도, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.
- $P(i)$: 나는 HACCP마크가 있는 두부를 구매할 것이다.

다. 실험대상과 기간

본 연구의 메인 설문조사도 사전신념 인터뷰 조사와 마찬가지로 수도권 및 부산 거주자 중 설문조사기간을 기준으로 1개월 이내에 인증 농수축산 식품(가공품 포함)을 판매처에서 본적이 있거나 구매한 경험이 있는 20대 이상 남녀소비자를 대상으로 하였으며 총 251명이 조사에 참여하였다. 조사대상자는 무작위표본추출방법으로 선정하였으며 조사자가 피험자들에게 설문지를 나눠주고 작성된 설문지를 직접 회수하는 자기기입식 방식으로 진행했다.

두부와 김은 우리나라 국민들에게 가장 많이 소비되는 식품이며 친숙도가 상당히 높은 식품이다. 따라서 본 연구에서는 연령과 성별, 직업에 관계없이 피험자들이 각 품목에 대해 충분한 구매경험을 가지고 있다는 가정 하에 설문조사를 실시하였다.

회수된 설문지 중 오기 또는 누락된 설문지를 제외한 243부의 설문지를 분석에 사용하였다.

본 연구의 설문 조사 및 자료 분석은 2016년 2월 2일부터 3월 15일까지 약 한 달 보름간 진행되었다. 조사기간 동안 1) 인증식품의 판매현황 조사, 2) 사전신념 도출을 위한 소비자 사전인터뷰 조사 3) 인증제도에 대한 소비자의 사전신념과 구매의도, 구매의도의 편향성 검증을 위한 메인 설문조사 등 총 3단계의 조사 및 결과분석 작업을 실시하였다.

라. 실험절차 및 측정

피험자들을 대상으로 설문지를 배포하기 전, 설문에 포함된 농수산물 인증제도에 대한 법률조항 및 해당 인증제도가 포장에 표시되어 있는 두부와 조미김 제품사진을 별도의 유인물을 통해 제공하였다. 조사자는 Jaccard et al.(1979)가 피험자들에게 제공한 것처럼 유인물 배포 이후 추가적 설명을 요청하는 피험자에 한정하여 최소한의 범위에서 인증제도의 법적 정의를 구두로 설명하였다. 또한 모든 설문지 상단에 설문문항과 관련된 식품인증제도표식과 법적정의를 요약하여 다시 한 번 제공함으로써 피험자들이 해당 인증제도에 대한 충분한 사전지식을 숙지한 상태에서 설문에 응답 할 수 있도록 하였다.

이는 선행연구(박진모와 박진규, 2015)에서 발견된 응답자 오류와 같이⁵⁾ 피험자들에게 각 식품인증제도에 대한 정확한 정의를 사전에 제공하지 않을 경우 발생 가능한 오류가 조사자의 사전 정보제공으로 야기될 수 있는 부정적 영향력보다 그 심각성이 더욱 큰 것으로 판단되었기 때문이다.

이후 피험자에게 설문지에 포함된 72개의 설득메시지를 읽은 뒤 각각의 설득메시지에 대한 주관적 확률을 표시하도록 하였다. 주관적 확률은 선행연구에서와 같이 0(설득메시지에 전혀 동의할 수 없다)부터 10(절대적으로 동의한다)까지의 11점 척도로 측정하였고, 피험자들의 응답은 분석단계에서 10으로 나누어 확률단위로 변환시켰다.

사전신념에 따른 구매의도의 편향성 발생의 측정은 신념-행동 의도간 주관적 확률모델을 통해 예측된 구매의도 $P(i')$ 가 높은 집단의 Δi 값이 $P(i')$ 가 낮은 집단의 Δi 값 보다 크게 나타나며 동시에 두 집단의 Δi 값의 차이가 통계적으로 유의한가를 분석하여 검증한다.

5) 설문 응답자가 수산물 HACCP 인증제도를 가공식품 HACCP으로 오인하여 그릇된 인식도를 기입한 오류

선행연구(김현숙, 2011; 한상필, 2000)와 같이 연구가설 중에 집단이 독립변인이 되는 연구가설 4-1과 4-2, 4-3은 분석대상의 답변을 빈도분석한 후 상위집단(상위 약 33.3%; 81명), 중간집단(중위 약 33.3%; 81명), 하위집단(하위 약 33.3%; 81명)으로 분류하여 중간집단을 제외한 상위집단과 하위집단을 비교한다. 중간집단을 분석에서 제외한 이유는 피험자들의 답변이 평균값을 중심으로 몰려있어 고집단과 저집단으로 나눌 경우 집단간 차이가 희석 될 가능성이 많기 때문이다.

설문결과는 통계 프로그램인 SPSS를 활용하여 평균비교분석(T-test)을 실시하였다.



V. 실증분석 결과

1. 표본의 일반적 특성

응답자의 일반적 특성은 <표 13>과 같다. 성별을 기준으로 보면 여성이 172명으로 전체 응답자의 70.8%를 차지했으며 남성이 71명(29.2%)으로 나타났다. 연령별 분포를 보면 20대는 49명(20.2%), 30대는 91명(37.4%), 40대는 69명(28.4%), 50대는 23명(9.5%), 60대 이상은 11명(4.5%)으로 30대의 비중이 가장 높고, 30대와 40대가 전체 응답자의 약 65.8%를 차지했다. 또한 3-4인 가구 비율이 전체의 약 66%로 나타났다. 월평균 가구소득은 중상위층인 소득 3-4분위의 비율이 절반 이상인 56%로 나타났다.

인구통계적 특성 분석 결과 본 연구의 조사대상자가 실제로 가장 빈번하게 식품을 구매하는 연령층을 대상으로 실시되었음을 알 수 있으며 또한 응답자의 대다수가 부부와 자녀로 구성된 3-4인 가족 구성원임을 알 수 있다. 더불어 응답자의 소득분포 역시도 중위층(2-4분위)에 집중되어 있다. 따라서 본 연구에 참여한 응답자들은 우리나라 식품소비자 모집단을 충분히 대표할 수 있다고 판단된다.

<표 13> 표본의 일반적인 특성

구 분			표본수(명)	퍼센트(%)
합 계			243	100.0
성별	남성		71	29.2
	여성		172	70.8
연령	20대		49	20.2
	30대		91	37.4
	40대		69	28.4
	50대		23	9.5
	60대 이상		11	4.5
월평균 소득	소득1분 위	0-133만원	8	3.3
	소득2분 위	134-256만원	57	23.5
	소득3분 위	257-396만원	63	25.9
	소득4분 위	397-592만원	73	30.0
	소득5분 위	593만원 이상	42	17.3
가구원 수	1인 가구(독신)		25	10.3
	2인		42	17.3
	3인		65	26.7
	4인		95	39.1
	5인 이상		16	6.6

2. 연구가설의 검증

가. 식품인증제도에 대한 소비자의 주관적 신념 확률

<가설 1>은 식품인증제도의 사전신념에 따른 소비자의 구매의도 수준과 구매의도의 편향성을 알아보기 전, 소비자들이 식품인증제도에 가지고 있는 각각의 사전신념에 대한 주관적 신념 확률 $P(b)$ 의 차이를 확인하는 작업이다. 또한 식품군에 따라서도 이러한 소비자의 주관적 신념 확률이 달라질 수 있는지 검정하는 것이다. 이를 위해 각각의 식품인증제도에서 두부와 김 품목에 대한 피험자들의 주관적 신념 확률을 비교하였다.

먼저 각 사전신념에 대한 제도별·식품별 평균값을 살펴보았다(표 14). 그 결과 인증제도 전체에 대한 주관적 신념 확률 평균값은 0.642로 소비자는 식품인증제도가 내포한 사전 신념들에 평균 약 64%의 확신(믿음)을 가지고 있는 것을 알 수 있다. 주관적 신념 확률 응답수준이 가장 높은 ‘제도-사전신념’은 친환경인증제도의 친환경적인 생산에 대한 사전신념으로 나타났다. 소비자들은 “친환경인증마크가 있는 식품(두부와 김)은 환경 친화적으로 생산되었을 것이다”라는 전제에 약 70%의 높은 확신을 가지고 있었다. 반면 이력추적시스템의 친환경적인 생산에 대한 소비자의 사전신념 확률은 약 58%로 가장 낮은 수준을 나타냈다.

<표 14> 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 확률 P(b) 평균값

제도	사전신념	식품	P(b)	
			평균	표준편차
친환경	친환경적 생산	두부	0.693	0.17882
		조미김	0.697	0.18628
	식품안전성 확보	두부	0.664	0.19347
		조미김	0.660	0.19484
	유통과정 투명성 확보	두부	0.613	0.21695
		조미김	0.618	0.21888
이력제	친환경적 생산	두부	0.581	0.21874
		조미김	0.588	0.22577
	식품안전성 확보	두부	0.621	0.20593
		조미김	0.607	0.20577
	유통과정 투명성 확보	두부	0.690	0.20169
		조미김	0.685	0.18844
HACCP	친환경적 생산	두부	0.623	0.19296
		조미김	0.617	0.20028
	식품안전성 확보	두부	0.691	0.17487
		조미김	0.669	0.17794
	유통과정 투명성 확보	두부	0.621	0.20424
		조미김	0.617	0.20295
TOTAL			0.642	0.19938

* N=243

(1) 가설 1-1의 검증 결과

가설 1-1은 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)의 차이 검증을 위한 것이다. 따라서 “식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다”라는 가설을 설정하고 결과를 확인하였다.

그 결과 <표 15>와 같이 세 가지 사전신념에 대해 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있는 것으로 나타나 가설 1-1은 채택되었다.

‘친환경적인 생산’ 신념에 대한 제도별 대응 결과를 살펴보면 소비자의 신뢰수준 $P(b)$ 는 식품군에 상관없이 모든 제도마다 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p < 0.05$)⁶⁾. 제도별 대응 차이는 이력추적제도와 친환경인증제도 간 대응차가 두부와 조미김 모두 가장 크게 나타났다. 두부의 경우 ‘친환경적인 생산’ 신념에 대한 두 제도의 대응차 값이 -0.11235 ($p < 0.01$)로 나타났으며 조미김은 -0.10864 ($p < 0.01$)로 나타났다. 즉 소비자는 친환경인증마크가 부착된 두부와 김이 ‘환경친화적으로 생산되었을 것’이라는 사전신념에 대한 확신이 이력추적제도 마크가 부착된 제품의 해당 신념에 대한 확신보다 약 11% 높은 것이다.

‘식품안전성 확보’ 신념에 대한 소비자의 신뢰수준 $P(b)$ 의 경우 수산물인 조미김은 ‘HACCP-친환경(유기식품)인증제도’를 제외한 모든 대응마다 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$). 농산물인 두부 역시 ‘HACCP-친환경인증제도’대응이 비록 유의수준은 만족하였으나 평균의 차이가 약 3%로 다른 대응에 비해 작았다. ‘유통과정 투명성 확보’ 신념에 대한 소비자의 신뢰수준 $P(b)$ 역시 조미김과 두부 모두 ‘HACCP-친환경제도’를 제외한 모든 대응마다 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p < 0.01$). 두부에 있어 이력추적제도와 친환경인증제도의 소비자 신념 확률 대응차이가 약 8%로 가장 높게 나타났다.

위의 결과를 통해 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 에 따른 식품인증제도 순위를 정리해보면 <표 16>과 같다. ‘친환경적인 생산’ 신념에 대한 $P(b)$ 순위는 두부와 조미김 모두 동일하게 ‘친환경 > HACCP > 이력제’ 순으로 나타났다.

6) 한 가지 이상의 대응에 관한 차이검증 분석 결과를 설명한 경우 유의확률(p)은 전체 대응의 p 값 중 최대값을 기준으로 제시(이하 동일)

<표 15> 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 확률P(b) 차이검증

식품	인증제도	P(b) 대응차		t	p
		평균	표준편차		
‘친환경적인 생산’ 사전신념에 대한 대응 결과					
두부	HACCP - 이력제	0.04239	0.19681	3.357	0.001
	HACCP - 친환경	-0.06996	0.22536	-4.839	0.000
	이력제 - 친환경	-0.11235	0.24362	-7.189	0.000
조미김	HACCP - 이력제	0.02922	0.20126	2.263	0.025
	HACCP - 친환경	-0.07942	0.23264	-5.322	0.000
	이력제 - 친환경	-0.10864	0.24856	-6.813	0.000
‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 대응 결과					
두부	HACCP - 이력제	0.06996	0.20681	5.273	0.000
	HACCP - 친환경	0.02675	0.18336	2.274	0.024
	이력제 - 친환경	-0.04321	0.19130	-3.521	0.001
조미김	HACCP - 이력제	0.06132	0.21141	4.521	0.000
	HACCP - 친환경	0.00947	0.17847	0.827	0.409
	이력제 - 친환경	-0.05185	0.19377	-4.171	0.000
‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념에 대한 대응 결과					
두부	HACCP - 이력제	-0.06790	0.20680	-5.118	0.000
	HACCP - 친환경	0.00905	0.18318	0.770	0.442
	이력제 - 친환경	0.07695	0.23958	5.007	0.000
조미김	HACCP - 이력제	-0.06749	0.20321	-5.177	0.000
	HACCP - 친환경	-0.00041	0.19360	-0.033	0.974
	이력제 - 친환경	0.06708	0.24101	4.339	0.000

‘유통과정 투명성 확보’ 사전신념 역시 두부와 조미김의 P(b) 순위가 동일했다(표 16). 소비자들의 이력추적시스템 인증식품에 대한 ‘유통과정의 투명성이 확보’ 신념(믿음) 수준이 두부와 조미김 모두 약 69%로 가장 높았다. 그러나 나머지 친환경제도 및 HACCP 인증식품에 대한 ‘유통과정 투명성 확보’

신념수준은 약 62%로 비슷했다. 즉 소비자들은 인증제도에 대한 사전신념 중 ‘유통과정 투명성 확보’ 신념에 있어 두 제도간의 유의한 차이를 느끼지 못하는 것으로 해석된다.

<표 16> 소비자의 주관적 신념 확률P(b)에 따른 식품인증제도 순위

사전신념	식품	제도별 P(b) 순위 (평균값)	p
친환경적인 생산	두부	친환경 > HACCP > 이력제 (0.693) (0.623) (0.580)	p<0.05
	조미김	친환경 > HACCP > 이력제 (0.697) (0.617) (0.588)	
식품안전성 확보	두부	HACCP > 친환경 > 이력제 (0.690) (0.664) (0.621)	p<0.05
	조미김	HACCP = 친환경 > 이력제 (0.669) (0.659) (0.607)	
유통과정 투명성 확보	두부	이력제 > HACCP = 친환경 (0.690) (0.622) (0.613)	p<0.01
	조미김	이력제 > HACCP = 친환경 (0.685) (0.617) (0.618)	

주 : 유의확률(p)은 각 신념의 모든 대응에 관한 유의확률 중 최대값 기준으로 제시(이하동일)

‘식품안전성 확보’ 신념의 경우 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)가 식품에 따라 순위에 차이를 보였다(표 16). 소비자들은 두부와 조미김 모두 HACCP 인증식품이 안전성이 확보되어 있을 것이라는 신념을 가장 높게 형성했다(두부: 약 69%, 조미김 약 67%, p<0.05). 그러나 조미김에서는 HACCP (약 67%)과 친환경인증(약 66%)의 소비자 신념수준 대응차가 1% 미만으로 유의한 차이가 나타나지 않아(p=0.409) 친환경 인증 조미김 역시 HACCP 인증 조미김 만큼 식품안전성이 확보되어 있다는 신념을 형성하고 있었다.

(2) 가설 1-2의 검증 결과

식품별 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)의 차이를 알아보기 위한 가설 1-2 “식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)는 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다”를 검증해보았다. 그 결과 이력추적시스템과 HACCP에 있어 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)가 두부와 조미김에서 차이를 보여($p < 0.05$) 가설 1-2는 부분적으로 채택되었다(표 17). 그러나 대응차는 크지 않았다.

<표 17> 식품별 소비자의 주관적 신념 확률P(b) 차이검증

제도	사전신념	식품	P(b) 대응차		t	p
			평균	표준편차		
친환경 (유기식품)	친환경적 생산	두부-김	-0.00370	0.07838	-0.737	0.462
	식품안전성 확보	두부-김	0.00494	0.08217	0.937	0.350
	유통과정 투명성 확보	두부-김	-0.00494	0.08706	-0.884	0.377
이력추적 시스템	친환경적 생산	두부-김	-0.00741	0.09506	-1.215	0.226
	식품안전성 확보	두부-김	0.01358	0.10376	2.040	0.042
	유통과정 투명성 확보	두부-김	0.00494	0.10512	0.732	0.465
HACCP	친환경적 생산	두부-김	0.00576	0.11230	0.800	0.425
	식품안전성 확보	두부-김	0.02222	0.09706	3.569	0.000
	유통과정 투명성 확보	두부-김	0.00453	0.09717	0.726	0.468

이력추적시스템에 있어 두부와 조미김의 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 대응차는 평균 약 0.014로 나타났으며, HACCP의 경우 두 식품간 대응차는 평균 약 0.022로 확인되었다. 따라서 소비자들은 HACCP과 이력추적시스템 인증마크가 부착된 두부가 동일한

인증마크가 부착된 조미김에 비해서 식품안전성이 확보되었을 것이라는 신념을 미미하나마 높게 가지고 있는 것으로 해석할 수 있다.

(3) 가설 1-3의 검증 결과

가설 1-3은 식품인증제도 내에서 제도에 대한 사전신념간 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 의 차이를 알아보기 위한 것이다. 검증결과 <표 18>, <표 19>와 같이 식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 제도 내에서도 차이를 나타내어 가설 1-3은 채택되었다.

소비자들은 친환경인증마크가 있는 식품은 ‘환경친화적으로 생산되었을 것’이라는 사전신념을 세 가지 사전신념 중 가장 높은 수준으로 형성하고 있음을 <표 19>를 통해 확인할 수 있다(두부: 0.693, 조미김: 0.697, $p<0.01$). 이어 ‘식품안전성이 확보되었을 것’이라는 사전신념에 약 66%(두부: 0.664, 조미김: 0.660, $p<0.01$) 수준의 확신을 가지고 있었다. 친환경 인증 식품의 ‘유통과정 투명성 확보’ 사전신념에 대한 소비자의 믿음은 세 가지 사전신념 중 가장 낮은 수준을 보였다(두부: 0.613, 조미김: 0.618, $p<0.01$). 따라서 <표 18>과 같이 친환경인증제도 내 $P(b)$ 평균값 차이가 가장 큰 대응 역시 ‘친환경적 생산-유통과정의 투명성 확보’ 사전신념간의 대응으로 나타났다. 두부의 경우 두 신념간 대응차 평균값은 0.08025(약 8%), 조미김의 경우 0.07901(약 8%)로 나타났다($p<0.01$).

이력추적시스템의 경우 사전신념에 대한 $P(b)$ 순위는 두부와 조미김 모두 동일하게 ‘유통과정의 투명성 확보 > 식품안전성 확보 > 친환경적 생산’ 순으로 나타났다(표 19, $p<0.05$). 제도 내에서 가장 대응차가 큰 신념들은 친환경인증제도와 마찬가지로 ‘환경친화적인 생산-유통과정의 투명성 확보’ 사전신념간의 대응으로 나타났다(표 18). 특히 두부의 경우 두 신념간 대응차는 약 11%이었다($p<0.01$). 즉 이력추적시스템 인증 두부가 ‘유통과정의

투명성이 확보되어 있을 것'이라는 사전신념에 대한 소비자의 주관적 믿음이 이력추적시스템 인증 두부가 '환경친화적으로 생산되었을 것'이라는 사전신념에 대한 믿음보다 약 11% 높다는 해석을 할 수 있다.

<표 18> 식품인증제도내 소비자의 주관적 신념 확률P(b) 차이검증

식품	사전신념	P(b) 대응차		t	p
		평균	표준편차		
친환경인증(유기식품)					
두부	친환경 - 식품안전성	0.02881	0.14256	3.150	0.002
	친환경 - 유통과정 투명	0.08025	0.21614	5.788	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	0.05144	0.16747	4.788	0.000
조미김	친환경 - 식품안전성	0.03745	0.13313	4.385	0.000
	친환경 - 유통과정 투명	0.07901	0.20249	6.083	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	0.04156	0.15968	4.058	0.000
이력추적시스템					
두부	친환경 - 식품안전성	-0.04033	0.15000	-4.191	0.000
	친환경 - 유통과정 투명	-0.10905	0.23514	-7.230	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	-0.06872	0.19479	-5.500	0.000
조미김	친환경 - 식품안전성	-0.01934	0.14742	-2.045	0.042
	친환경 - 유통과정 투명	-0.09671	0.23317	-6.465	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	-0.07737	0.20252	-5.955	0.000
HACCP					
두부	친환경 - 식품안전성	-0.06790	0.18418	-5.747	0.000
	친환경 - 유통과정 투명	0.00123	0.19761	0.097	0.922
	식품안전성 - 유통과정투명	0.06914	0.18740	5.751	0.000
조미김	친환경 - 식품안전성	-0.05144	0.18903	-4.242	0.000
	친환경 - 유통과정 투명	0.00000	0.20429	0.000	1.000
	식품안전성 - 유통과정투명	0.05144	0.16992	4.719	0.000

HACCP제도 내 신념의 P(b) 순위는 두부와 조미김 모두 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 P(b)가 각각 0.691과 0.669로 가장 높았다(표 19, $p<0.01$). 그러나 ‘친환경적 생산-유통과정의 투명성 확보’ 신념에 관한 P(b)는 유의한 차이를 나타내지 못했다(표 18).

<표 19> 식품인증제도내 소비자의 주관적 신념 확률P(b) 순위

제도	식품	사전신념별 P(b) 순위 (평균값)	p
친환경	두부	친환경적생산> 식품안전성확보> 유통과정투명성확보 (0.693) (0.664) (0.613)	$p<0.01$
	조미김	친환경적생산> 식품안전성확보> 유통과정투명성확보 (0.697) (0.660) (0.618)	
이력제	두부	유통과정투명성확보> 식품안전성확보> 친환경적생산 (0.690) (0.621) (0.581)	$p<0.05$
	조미김	유통과정투명성확보> 식품안전성확보> 친환경적생산 (0.685) (0.607) (0.588)	
HACCP	두부	식품안전성확보> 친환경적생산= 유통과정투명성확보 (0.691) (0.623) (0.621)	$p<0.01$
	조미김	식품안전성확보> 친환경적생산= 유통과정투명성확보 (0.669) (0.617) (0.617)	

나. 주관적 확률모델과 객관적 확률모델의 상관관계

<가설 2-1>은 주관적 확률모델을 활용하여 식품인증제도의 사전신념에 따른 소비자의 구매의도를 도출하기에 앞서 주관적 확률모형은 객관적 확률모델의 법칙을 따르고 있는지 검증하기 위한 것이다. 검증을 위해 본 연구에서는 주관적 확률모델로부터 예측된(Predicted) 인증식품에 대한 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 가 소비자들로부터 직접 얻어낸 관찰된(Observed) 구매의도 확률 $P(i)$ 와 유의한 상관관계를 가지는지 확인해보았다.

그 결과 예측된 구매의도 $P(i')$ 와 관찰된 구매의도 $P(i)$ 의 평균상관계수는 0.619($p < 0.001$)로 높은 상관성이 있는 것으로 확인되어 가설 2-1은 채택되었다(표 20).

<표 20> 관찰된 구매의도 $P(i)$ 와 예측된 구매의도 $P(i')$ 의 상관분석

제도	사전신념	식품	P(i) 와 P(i')의 상관계수	평균의 절댓값 차이 P(i) - P(i')
친환경인증	친환경적 생산	두부	0.663	0.02016
		조미김	0.668	0.01996
	식품안전성 확보	두부	0.685	0.01317
		조미김	0.690	0.01148
	유통과정 투명성 확보	두부	0.626	0.03321
		조미김	0.683	0.02695
이력추적 시스템	친환경적 생산	두부	0.575	0.02642
		조미김	0.606	0.02770
	식품안전성 확보	두부	0.672	0.00708
		조미김	0.632	0.02519
	유통과정 투명성 확보	두부	0.653	0.01000
		조미김	0.633	0.02819
HACCP	친환경적 생산	두부	0.476	0.00037
		조미김	0.584	0.00864
	식품안전성 확보	두부	0.646	0.01239
		조미김	0.659	0.00173
	유통과정 투명성 확보	두부	0.526	0.00741
		조미김	0.470	0.01807
평 균			0.619	0.01656

N=243, $p < 0.001$

0.619($p < 0.001$)는 Wyer(1970)의 신념간 주관적 확률모델 연구에서 관찰된 $P(a \cap b)$ 값과 예측된 $P(a) * P(b | a)$ 값의 평균상관계수 0.611($p < 0.01$)과 비슷한 수준이며, Jaccard(Jaccard and King, 1977; Jaccard et al., 1979)의 신념-구매의도간 주관적 확률모델 연구에서 도출된 상관계수 0.78($p < 0.01$),

0.84($p < 0.01$)보다는 다소 낮은 수준이다.

그러나 평균간 절댓값 차이(Absolute difference between P_i and P_i')의 경우 Jaccard(Jaccard and King, 1977; Jaccard et al., 1979)의 연구에서 도출된 0.13과 0.12에 비해 현저히 낮은 0.02 수준으로 나타나 본 연구에서 식품 인증제도의 신념-구매의도간 주관적 확률모델이 객관적 확률모델을 충실히 반영하고 있음을 보여주었다.

다. 식품인증제도에 대한 사전신념과 구매의도의 관계

<가설 3>은 식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 를 바탕으로 신념-구매의도간 주관적 확률모델을 통해 예측된 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 가 인증제도별, 식품별로 차이가 있는지 알아보기 위한 것이다. 이를 위해 각각의 식품인증제도에서 두부와 조미김에 대한 피험자들의 예측된 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 를 비교하였다.

먼저 제도별·식품별 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 평균값을 살펴보았다(표 21). 그 결과 인증제도 전체에 대한 주관적 구매의도 확률 평균값은 0.615로 소비자는 각 식품인증제도가 내포한 사전 신념들에 대한 본인의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 를 바탕으로 인증식품에 평균 약 61%의 구매의사를 가지고 있는 것을 알 수 있다.

세부적으로 살펴보면 소비자는 HACCP의 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 본인의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 를 바탕으로 HACCP 인증 두부에 0.644(약 64%)의 구매의도 $P(i')$ 를 밝혔으며, 이는 전체 $P(i')$ 값 중 가장 높은 수준이다. 즉 소비자가 HACCP 인증마크에 대해 ‘안전성이 확보된 식품임을 보증한다’는 사전신념을 형성한 경우 이 신념에 대한 자신의 주관적 믿음 $P(b)$ 을 바탕으로 HACCP 인증 두부를 구매할 확률이 약 64%인 것이다.

두부에서 소비자 P(b) 값이 가장 높았던(표 14) ‘친환경인증-친환경적 생산 사전신념’ 역시 <표 21>에서 P(i') 평균값 0.637을 보여 ‘HACCP-식품 안전성 확보’ 사전신념 만큼이나 소비자의 인증 두부에 대한 주관적 구매 의도 확률이 높은 수준으로 형성되어 있다. 조미김은 P(b) 응답수준 결과 (표 14)와 동일하게 ‘친환경인증제도-친환경적인 생산 사전신념’이 소비자의 주관적 구매의도 확률(0.639)을 가장 높이 형성시키는 것으로 나타났다.

<표 21> 식품인증제도별 소비자의 주관적 구매의도 확률P(i') 평균값

제도	P(b)의 사전신념	식품	P(i')	
			평균	표준편차
친환경	친환경적 생산	두부	0.637	0.18702
		조미김	0.639	0.19179
	식품안전성 확보	두부	0.626	0.17880
		조미김	0.619	0.18850
	유통과정 투명성 확보	두부	0.595	0.18769
		조미김	0.600	0.19102
이력제	친환경적 생산	두부	0.594	0.18119
		조미김	0.589	0.18630
	식품안전성 확보	두부	0.610	0.18233
		조미김	0.599	0.18529
	유통과정 투명성 확보	두부	0.633	0.19636
		조미김	0.622	0.19610
HACCP	친환경적 생산	두부	0.614	0.17468
		조미김	0.609	0.17979
	식품안전성 확보	두부	0.644	0.18227
		조미김	0.627	0.18018
	유통과정 투명성 확보	두부	0.604	0.18898
		조미김	0.601	0.18515
TOTAL			0.615	0.18575

* N=243

한편 ‘이력추적시스템-친환경적인 생산’ 사전신념에 대한 소비자의 신념 확률 $P(b)$ 를 바탕으로 이력추적 인증식품의 구매의도 $P(i')$ 를 도출한 결과 두부와 조미김에 있어 각각 0.594, 0.589로 나타났으며 이는 전체 $P(i')$ 값 중 가장 낮은 수준이다.

(1) 가설 3-1의 검증 결과

가설 3-1은 식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 신념 확률 $P(b)$ 를 바탕으로 주관적 확률모델을 통해 예측된 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이라는 의미이다. 그 결과 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이를 나타내어 가설 3-1은 채택되었다(표 22와 23).

먼저 각 인증제도의 ‘친환경적인 생산’ 사전신념에 대한 소비자의 $P(b)$ 를 바탕으로 해당 인증식품에 대한 소비자 $P(i')$ 를 예측한 값을 제도별 대응을 통해 비교했다. 그 결과 <표 22>와 같이 ‘친환경적인 생산’ 사전신념을 바탕으로 도출된 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 는 두부와 조미김 모두 제도마다 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p < 0.1$). 제도별 대응차이는 <표 15>의 $P(b)$ 결과와 동일하게 ‘이력추적제도-친환경인증제도’간의 대응차가 두부와 조미김 모두 가장 크게 나타났다. 두부의 경우 두 제도의 대응차 값이 $-0.04370(p < 0.01)$ 이며, 조미김은 $-0.05053(p < 0.01)$ 이었다(표 22). 즉 소비자는 ‘환경친화적인 생산’을 친환경인증제도의 사전신념으로 형성하고 있을 경우, 동일 신념을 이력추적제도의 사전신념으로 형성하는 경우에 비해 해당 인증 두부와 조미김을 구매하고자 하는 긍정적 의도가 각각 약 4.4%, 5.1% 더 높게 형성되는 것이다.

<표 22> 식품인증제도별 소비자의 주관적 구매의도 확률P(i') 차이검증

식품	인증제도	P(i') 대응차		t	p
		평균	표준편차		
P(b): 친환경적인 생산					
두부	HACCP - 이력제	0.01979	0.18016	1.713	0.088
	HACCP - 친환경	-0.02391	0.17046	-2.187	0.030
	이력제 - 친환경	-0.04370	0.17483	-3.897	0.000
조미김	HACCP - 이력제	0.01988	0.17318	1.789	0.075
	HACCP - 친환경	-0.03066	0.18649	-2.563	0.011
	이력제 - 친환경	-0.05053	0.17924	-4.395	0.000
P(b): 식품안전성 확보					
두부	HACCP - 이력제	0.03346	0.17021	3.064	0.002
	HACCP - 친환경	0.01815	0.16403	1.725	0.086
	이력제 - 친환경	-0.01531	0.14330	-1.665	0.097
조미김	HACCP - 이력제	0.02840	0.15857	2.791	0.006
	HACCP - 친환경	0.00811	0.15690	0.805	0.421
	이력제 - 친환경	-0.02029	0.15185	-2.083	0.038
P(b): 유통과정의 투명성 확보					
두부	HACCP - 이력제	-0.02951	0.17266	-2.664	0.008
	HACCP - 친환경	0.00852	0.16834	0.789	0.431
	이력제 - 친환경	0.03802	0.16881	3.511	0.001
조미김	HACCP - 이력제	-0.02115	0.16980	-1.942	0.053
	HACCP - 친환경	0.00066	0.18235	0.056	0.955
	이력제 - 친환경	0.02181	0.16318	2.084	0.038

‘식품안전성 확보’ 사전신념의 $P(b)$ 를 바탕으로 도출된 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 는 조미김에서 ‘HACCP-친환경인증’ 대응($p=0.421$)을 제외한 모든 제도별 대응에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p<0.1$). 그러나 제도별 대응차 평균값은 ‘친환경적인 생산’ 신념에 대한 제도별 대응차 분석 결과에 비해 상대적으로 낮은 수준이다. 이는 <표 7>에서 확인한 것처럼 ‘식품안전성 확보’는 세 가지 제도의 시행목적에 공통적으로 포함되는 핵심요소이기 때문으로 추정된다. 더불어 <표 12>에서 확인한 것처럼 ‘식품안전성 확보’ 사전신념이 ‘유통과정의 투명성 확보’와 ‘환경친화적인 생산’ 사전신념에 비해 세 가지 인증제도 모두에서 상대적으로 강하게 형성되어 있기 때문으로 분석된다. 제도별 대응차이는 <표 15>의 $P(b)$ 결과와 동일하게 ‘HACCP-이력추적제도’ 대응차가 두부(0.03346)와 조미김(0.02840) 모두 가장 크게 나타났다(표 22, $p<0.01$). 한편 조미김에서 ‘HACCP-친환경인증’의 $P(i')$ 대응차는 통계적으로 유의하지 않았다($p=0.421$). 따라서 소비자들은 친환경인증 조미김이 HACCP 인증 조미김 만큼 식품 안전성이 확보된 식품이라는 사전신념을 형성하고 있으며(표 15) 식품안전성 확보 신념을 바탕으로 한 두 제도의 인증 조미김 구매의도 역시 차이가 없는 것으로 해석할 수 있다(표 22).

마지막으로 ‘유통과정 투명성 확보’ 사전신념에 대한 $P(b)$ 를 바탕으로 $P(i')$ 를 예측한 결과 두부와 조미김 모두 ‘HACCP-친환경인증’ 대응을 제외한 모든 제도별 대응에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(표 22, $p<0.1$). 제도별 대응차이는 ‘이력추적시스템-친환경인증제’간의 대응차가 두부(0.03802, $P<0.01$)와 조미김(0.02181, $p<0.05$) 모두 가장 크게 나타났다.

위의 결과를 통해 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 에 따른 식품인증 제도 순위를 정리해보면 <표 23>과 같다.

<표 23> 소비자의 주관적 구매의도 확률P(i')에 따른 식품인증제도 순위

P(b)	식품	제도별 P(i') 순위 (평균값)			p
친환경적인 생산	두부	친환경 (0.637)	> HACCP (0.614)	> 이력제 (0.594)	p<0.1
	조미김	친환경 (0.640)	> HACCP (0.609)	> 이력제 (0.589)	
식품안전성 확보	두부	HACCP (0.644)	> 친환경 (0.626)	> 이력제 (0.610)	p<0.1
	조미김	HACCP = (0.627)	친환경 (0.619)	> 이력제 (0.599)	
유통과정 투명성 확보	두부	이력제 (0.633)	> HACCP (0.604)	= 친환경 (0.595)	p<0.1
	조미김	이력제 (0.622)	> HACCP (0.601)	= 친환경 (0.601)	

‘친환경적인 생산’ 사전신념의 소비자 P(b)를 바탕으로 P(i')를 예측한 결과 소비자들은 친환경인증마크가 있는 인증품에 대한 구매의도가 가장 높았으며(두부 0.637, 조미김 0.640) 이어 HACCP(두부 0.614, 조미김 0.609), 이력추적시스템(두부 0.594, 조미김 0.589) 순으로 나타났다. 두부와 조미김의 순위는 동일했다. ‘식품안전성 확보’ 사전신념을 바탕으로 한 소비자의 P(i') 순위 역시 P(i') 평균값 기준으로는 두부와 조미김 모두 동일(HACCP > 친환경 > 이력제)하였다. 그러나 조미김의 경우 HACCP과 친환경인증제도에 대한 소비자의 구매의도 확률 P(i')가 유의한 수준(p<0.1)에서 차이를 나타내지는 못했다. 마지막으로 ‘유통과정 투명성 확보’ 사전신념을 통한 소비자 P(i') 예측 결과값은 두부와 조미김 모두 동일하게 ‘이력제 > HACCP = 친환경’으로 나타났다.

(2) 가설 3-2의 검증 결과

주관적 확률모델을 통해 예측된 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 가 식품의 종류에 따라 차이가 있는지 살펴보기 위한 가설인 3-2를 검증한 결과는 <표 24>와 같다. 그 결과 일부 제도에서 ‘식품안전성 확보’와 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념에 대한 $P(b)$ 를 바탕으로 예측된 $P(i')$ 값이 두부가 조미김보다 유의한 수준($p<0.1$)에서 높게 나타나 가설 3-2는 부분적으로 채택되었다. 그러나 주관적 신념 확률 $P(b)$ 대응 결과(표 17)와 마찬가지로 그 차이는 크지 않았다.

<표 24> 식품별 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 차이검증

제도	P(b)	식품	P(i') 대응차		t	p
			평균	표준편차		
친환경 (유기식품)	친환경적 생산	두부-김	-0.00185	0.0867	-0.333	0.739
	식품안전성 확보	두부-김	0.00654	0.0780	1.308	0.192
	유통과정 투명성 확보	두부-김	-0.00543	0.0655	-1.293	0.197
이력추적 시스템	친환경적 생산	두부-김	0.00498	0.1102	0.704	0.482
	식품안전성 확보	두부-김	0.01152	0.0969	1.854	0.065
	유통과정 투명성 확보	두부-김	0.01078	0.1015	1.657	0.099
HACCP	친환경적 생산	두부-김	0.00490	0.1073	0.712	0.477
	식품안전성 확보	두부-김	0.01658	0.1102	2.346	0.020
	유통과정 투명성 확보	두부-김	0.00243	0.1066	0.355	0.723

이력추적시스템과 HACCP에서 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 소비자의 $P(i')$ 값이 두부가 조미김보다 유의한 수준으로 높았다(표 24). 이력추적시스템에 있어 두부와 조미김의 ‘식품안전성 확보’ 사전신념을 바탕으로 한 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 대응차 평균은 약 0.012($p<0.1$)로

나타났으며 HACCP의 경우 두 식품은 평균 약 0.017($p < 0.05$)의 구매의도 차이를 보였다. 한편 이력추적시스템에서는 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전 신념에 대한 소비자의 $P(i')$ 값 역시 두부가 조미김보다 유의한 수준으로 높게 나타났다(0.01078, $p < 0.1$).

(3) 가설 3-3의 검증 결과

가설 3-3은 인증제도에 대한 사전신념 종류에 따라 해당인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매 의도 확률 $P(i')$ 가 다르게 나타나는지를 확인하는 것이다. 검증결과 <표 25>, <표 26>와 같이 각각의 식품인증제도내에서 해당 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 제도의 사전 신념 종류에 따라 차이를 보여 가설 3-3은 채택되었다.

세부적인 인증제도별 분석 결과값을 살펴보면 아래와 같다.

먼저 친환경인증제도내에서 ‘친환경적인 생산’, ‘식품안전성 확보’, ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념의 소비자 신념 확률 $P(b)$ 에 따른 인증식품 구매의도 $P(i')$ 를 각각 대응해 본 결과, 제도 내 모든 신념별 대응에서 유의한 차이를 보였다($p < 0.1$). 대응차 평균값은 ‘친환경적인 생산-유통과정의 투명성 확보’ 신념간 대응이 두부(0.04226, $p < 0.01$)와 조미김(0.03868, $p < 0.01$) 모두 가장 높게 나타났다(표 25). 즉 소비자들은 “환경친화적인 상품임을 보증한다”를 친환경인증제도의 사전신념으로 형성한 경우 “유통과정의 투명성이 확보된 상품이다”를 동일제도의 사전신념으로 형성한 경우에 비해 친환경인증 두부의 구매의도가 약 4.2% 더 높은 것이다.

각 신념별 대응 결과를 바탕으로 친환경인증제도 내 신념간 순위를 살펴보면 두부와 조미김 모두 ‘친환경적인 생산’의 소비자 구매의도 $P(i')$ 가 가장 높게 나타났으며(두부: 0.637, 조미김: 0.639) 이어 ‘식품안전성 확보’(두부: 0.626, 조미김: 0.619), ‘유통과정의 투명성 확보’(두부: 0.595, 조미김:

0.600)' 사전신념 순서로 소비자의 친환경인증식품 구매의도 $P(i')$ 가 높게 나타났다(표 26, $p<0.1$).

<표 25> 식품인증제도내 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 차이검증

식품	P(b)	P(i') 대응차		t	p
		평균	표준편차		
친환경인증(유기식품)					
두부	친환경 - 식품안전성	0.01193	0.10711	1.737	0.084
	친환경 - 유통과정 투명	0.04226	0.14411	4.572	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	0.03033	0.12120	3.901	0.000
조미김	친환경 - 식품안전성	0.02033	0.09272	3.418	0.001
	친환경 - 유통과정 투명	0.03868	0.13790	4.373	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	0.01835	0.11596	2.467	0.014
이력추적시스템					
두부	친환경 - 식품안전성	-0.01646	0.11800	-2.175	0.031
	친환경 - 유통과정 투명	-0.03947	0.14500	-4.255	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	-0.02300	0.11300	-3.168	0.002
조미김	친환경 - 식품안전성	-0.00992	0.11600	-1.331	0.184
	친환경 - 유통과정 투명	-0.03366	0.14200	-3.698	0.000
	식품안전성 - 유통과정투명	-0.02374	0.12900	-2.862	0.005
HACCP					
두부	친환경 - 식품안전성	-0.03012	0.12789	-3.672	0.000
	친환경 - 유통과정 투명	0.00984	0.14889	1.030	0.304
	식품안전성 - 유통과정투명	0.03996	0.16001	3.893	0.000
조미김	친환경 - 식품안전성	-0.01844	0.13395	-2.146	0.033
	친환경 - 유통과정 투명	0.00737	0.15575	0.737	0.462
	식품안전성 - 유통과정투명	0.02580	0.13966	2.880	0.004

이력추적시스템의 경우 소비자들은 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념의 P(b)를 바탕으로 했을 때 두부와 조미김 모두 이력추적시스템 인증품에 가장 높은 구매의도(두부: 0.633, 조미김: 0.622)를 보였다(표 26, $p<0.05$). 또한 신념별 P(i')값 대응결과 조미김에서 ‘친환경적 생산 - 식품안전성 확보’ 대응($p=0.184$)을 제외한 제도 내 모든 신념별 대응에서 유의한 차이를 보였다($p<0.05$). 대응차 평균값은 ‘친환경적인 생산-유통과정의 투명성 확보’ 신념간 대응이 두부(-0.03947, $p<0.01$)와 조미김(-0.03366, $p<0.01$) 모두 가장 높게 나타났다(표 25).

<표 26> 식품인증제도내 소비자의 주관적 구매의도 확률P(i') 순위

제도	식품	P(b)별 P(i') 순위 (평균값)	p
친환경	두부	친환경적생산> 식품안전성확보> 유통과정투명성확보 (0.637) (0.626) (0.595)	$p<0.1$
	조미김	친환경적생산> 식품안전성확보> 유통과정투명성확보 (0.639) (0.619) (0.600)	
이력제	두부	유통과정투명성확보> 식품안전성확보> 친환경적생산 (0.633) (0.610) (0.594)	$p<0.05$
	조미김	유통과정투명성확보> 식품안전성확보= 친환경적생산 (0.622) (0.599) (0.589)	
HACCP	두부	식품안전성확보> 친환경적생산= 유통과정투명성확보 (0.644) (0.614) (0.604)	$p<0.05$
	조미김	식품안전성확보> 친환경적생산= 유통과정투명성확보 (0.627) (0.609) (0.601)	

HACCP 인증식품의 경우 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 P(b)로부터 예측된 소비자 구매의도 P(i') 평균값이 두부는 0.644, 조미김은 0.627로 다른 사전신념들로부터 예측된 P(i')값 보다 높았다(표 26, $p<0.05$). 또한

두부와 조미김 모두 ‘친환경적 생산 - 유통과정의 투명성 확보’ 사전신념간 대응을 제외한 모든 신념간 대응에서 유의한 차이($p < 0.05$)를 보였다(표 25). 이는 <표 18> 식품인증제도내 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 차이검증과 동일한 결과이다. 따라서 소비자는 HACCP 인증식품에 대한 ‘유통과정의 투명성 확보’ 및 ‘친환경적인 생산’ 사전신념에 있어 주관적 신념(확신) 수준이 비슷하며 이를 반영한 제품 구매의도 역시 비슷한 수준을 보인다고 해석할 수 있다.

한편 <표 26>의 이력추적시스템에서 조미김에 대한 ‘식품안전성 확보-친환경적 생산’ 순위를 제외한 모든 식품인증제도내 소비자의 $P(i')$ 순위는 <표 19> 소비자의 $P(b)$ 순위와 일치했다. 이는 앞서 <표 23>의 $P(i')$ 평균값과 <표 16>의 $P(b)$ 평균값에 따른 인증제도 순위 일치 결과와 함께 인증제도에 대한 소비자의 사전신념의 종류와 크기가 인증식품 구매의도에 직접적으로 반영되고 있다는 근거로 볼 수 있다.

라. 식품인증제도에 대한 사전신념과 구매편향성의 관계

<가설 4>는 식품인증제도(친환경인증제도, 이력추적시스템, HACCP)에 대한 소비자의 사전신념이 인증식품 구매에 편향성을 발생시키는지, 또한 소비자의 구매편향을 발생시키는 사전신념이 인증제도별·식품별로 차이가 나타나는지 확인하기 위한 것이다.

이를 위해 각각의 식품인증제도에서 두부와 조미김 품목에 대한 피험자들의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 응답수준을 상위-중위-하위 집단으로 분류하여 중간집단을 제외한 상위집단과 하위집단의 구매편향 확률인 Δi 값을 비교하고, 두 집단의 Δi 값의 차이가 통계적으로 유의한가를 분석하였다.

(1) 가설 4-1의 검증 결과

가설 4-1은 식품인증제도에 대한 사전신념이 소비자가 인증식품을 구매하는데 편향성을 야기하는지를 검증하는 것이다. 그 결과 <표 27>과 같이 모든 사전신념에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 상위집단과 하위집단의 구매의도 편향성 Δi 값은 차이를 보였다. 그러나 일부 인증제도에 있어 몇몇의 사전신념은 $P(i')$ 상위집단과 하위집단의 Δi 값의 차이가 유의수준을 만족하지 못했다. 한편 유의수준을 만족한 모든 대응에 있어 $P(i')$ 값 상위집단의 긍정적 편향성이 하위집단보다 높게 나타났다. 따라서 가설 4-1은 부분적으로 채택되었다.

구체적으로 살펴보면 제도 및 식품별 총 18개 상위-하위집단 Δi 값 대응 중 5개 대응이 유의수준($p < 0.1$)을 만족하지 못했다. 유의수준을 만족한 대응 가운데 $P(i')$ 상-하위 집단의 인증식품에 대한 구매 편향성 Δi 대응차가 가장 큰 ‘제도-사전신념’은 조미김에 있어 ‘HACCP-식품안전성 확보’으로 나타났다. HACCP 조미김에 대한 구매의도 $P(i')$ 상위 집단의 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 구매 편향성 Δi 는 0.4963(약 50%)로 나타났으며 하위 집단의 Δi 는 0.3062(약 31%)로 두 집단 간 Δi 차이는 약 19%였다(표 27, $p < 0.01$). 다시 말해 HACCP 인증 조미김에 대한 높은 구매의도를 가진 소비자는 다른 이유가 아닌 오직 “HACCP = 식품안전성을 보증하는 제도”라는 사전신념에 대한 자신의 믿음(확신)을 지키기 위해 무의식적으로 인증 조미김에 대한 구매를 편향되게 긍정적으로 고려하는 ‘구매의도의 편향성’이 HACCP 인증 조미김에 대한 낮은 구매의도를 가진 소비자에 비해 약 19% 더 높은 것이다.

반면 $P(i')$ 상-하위 집단의 인증식품에 대한 구매편향성 Δi 대응차가 가장 작은 ‘제도-사전신념’은 두부에 있어 ‘이력추적제도-유통과정의 투명성 확보’으로 나타났다. 이력제 인증 두부에 대한 높은 구매의도를 가진 소비자 집단의 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념에 대한 구매 편향성은 0.3975(약 40%)로

나타났으며 낮은 집단의 구매 편향성은 0.3062(약 31%)로 두 집단 간 차이는 약 9%였다(표 27, $p < 0.1$).

<표 27> 식품인증제도의 사전신념에 따른 소비자 구매편향 Δi 검증

제도	사전신념	식품	P(i')	Δi	t	d.f	p
친환경	친환경적 생산	두부	상위	0.4185	3.438	160	0.001
			하위	0.2617			
		조미김	상위	0.4173	3.391		0.001
			하위	0.2593			
	식품안전성 확보	두부	상위	0.4074	3.136		0.002
			하위	0.2654			
		조미김	상위	0.4198	3.637		0.000
			하위	0.2543			
	유통과정 투명성 확보	두부	상위	0.3988	3.042		0.003
			하위	0.2593			
		조미김	상위	0.4000	2.240		0.026
			하위	0.2951			
이력제	친환경적 생산	두부	상위	0.3160	-0.434	160	0.665
			하위	0.3370			
		조미김	상위	0.3370	0.739		0.461
			하위	0.3012			
	식품안전성 확보	두부	상위	0.3815	1.485		0.139
			하위	0.3111			
		조미김	상위	0.3481	0.272		0.786
			하위	0.3346			
	유통과정 투명성 확보	두부	상위	0.3975	1.935		0.055
			하위	0.3062			
		조미김	상위	0.3914	2.456		0.015
			하위	0.2741			
HACCP	친환경적 생산	두부	상위	0.3568	0.902	160	0.368
			하위	0.3160			
		조미김	상위	0.3926	2.311		0.022
			하위	0.2790			
	식품안전성 확보	두부	상위	0.4889	3.044		0.003
			하위	0.3370			
		조미김	상위	0.4963	4.025		0.000
			하위	0.3062			
	유통과정 투명성 확보	두부	상위	0.4148	2.293		0.023
			하위	0.3049			
		조미김	상위	0.3864	2.308		0.022
			하위	0.2728			

주: 상위집단 및 하위집단 모두 표본수(N)는 81명(33.3%)으로 동일

(2) 가설 4-2 검증 결과

가설 4-2는 소비자의 구매편향을 발생시키는 사전신념은 인증제도의 종류에 따라 차이가 나타나는지 확인하는 것이다. 그 결과 <표 27>, <표 28>과 같이 소비자의 구매편향을 야기하는 사전신념의 종류는 인증제도의 종류에 따라 차이를 보여 가설 4-2는 채택되었다.

<표 28> 인증제도별 소비자의 구매편향 Δi 비교

제도	식품	유의수준을 만족시킨 Δi 의 사전신념 ($P(i')$ 상위-하위 집단의 Δi 평균차)
친환경	두부	친환경적생산 > 식품안전성확보 > 유통과정투명성확보 (0.157) (0.142) (0.140)
	조미김	식품안전성확보 > 친환경적생산 > 유통과정투명성확보 (0.165) (0.158) (0.105)
이력제	두부	유통과정투명성확보 (0.091)
	조미김	유통과정투명성확보 (0.117)
HACCP	두부	식품안전성확보 > 유통과정투명성확보 (0.152) (0.110)
	조미김	식품안전성확보 > 유통과정투명성확보 = 친환경적생산 (0.190) (0.114) (0.114)

먼저 친환경인증제도의 경우 두부와 조미김 모두 세 가지 사전신념에 있어 $P(i')$ 상위집단과 하위집단의 Δi 값의 차이가 유의했다(표 27, $p < 0.05$). 즉 친환경인증제도의 모든 사전신념은 소비자의 친환경인증식품 구매에 편향성을 발생시키는 요인임을 확인했다. $P(i')$ 상-하위집단의 Δi 평균차가 가장 큰 ‘식품-사전신념’은 ‘조미김-식품안전성 확보’로 그 차이는 약 17%(0.165)이었다(표 28). 이는 친환경인증제도 내에서 ‘조미김’에 대한 소비자 구매 의도와 ‘식품안전성 확보’ 사전신념간의 관계가 모든 ‘식품-사전신념’ 조합

중 가장 높은 정(+)의 인과관계를 가지고 있음을 뜻한다.

HACCP의 경우 ‘식품안전성 확보’ 및 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념에 있어 두부와 조미김 모두 $P(i')$ 상위집단과 하위집단의 Δi 값의 차이가 유의했다(표 27, $p < 0.05$). ‘친환경적인 생산’ 사전신념의 경우 조미김은 $P(i')$ 상-하위 집단의 Δi 값의 차이가 유의했으나($p < 0.05$) 두부는 바람직한 유의수준을 만족시키지 못했다($p = 0.368$). HACCP 제도 역시 $P(i')$ 상-하위집단의 Δi 평균차가 가장 큰 ‘식품-사전신념’은 친환경인증제도와 동일하게 ‘조미김-식품 안전성 확보’로 나타났다(표 28). 두 집단간 Δi 차이는 0.190(약 19%)이다.

마지막으로 이력추적시스템은 오직 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념만이 바람직한 유의수준 아래에서 인증 식품에 대한 구매편향성을 발생시키는 것으로 나타났다(표 27, $p < 0.1$). 구체적으로는 조미김의 $P(i')$ 상-하위집단의 Δi 평균차가 0.117($p < 0.05$)로 두부(0.091, $p < 0.1$)에 비해 크게 나타났다(표 28). 여기서 주목할 점은 ‘유통과정의 투명성 확보’가 이력추적시스템의 핵심가치임에도 불구하고 해당신념에 대한 소비자 구매 편향성 Δi 값이 친환경인증과 HACCP의 1순위 사전신념들의 Δi 값과 비교했을 때 상당히 낮은 수준이라는 점이다. 또한 이력추적시스템은 세 가지 제도 중 유일하게 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 구매 편향성이 나타나지 않았다.

(3) 가설 4-3 검증 결과

가설 4-3은 소비자의 구매 편향성을 발생시키는 사전신념은 식품의 종류(농산물 vs 수산물)에 따라 차이가 나타나는지 확인하는 것이다. 그 결과 <표 27>, <표 29>와 같이 소비자의 구매편향을 야기하는 사전신념은 식품의 종류에 따라 일부 차이를 보여 가설 4-3은 부분 채택되었다.

구체적으로 살펴보면 친환경인증제도와 이력추적제도에서는 두부와 조미김 모두 소비자의 구매편향을 야기하는 사전신념의 종류가 일치했다(표 29).

그러나 HACCP의 경우 조미김은 ‘친환경적인 생산’ 사전신념에 대한 P(i') 상-하위집단의 Δi 값의 차이가 유의했으나($p < 0.05$) 두부는 바람직한 유의 수준을 만족시키지 못해($p = 0.368$) 차이를 보였다(표 27).

<표 29> 식품별 소비자의 구매편향 Δi 비교

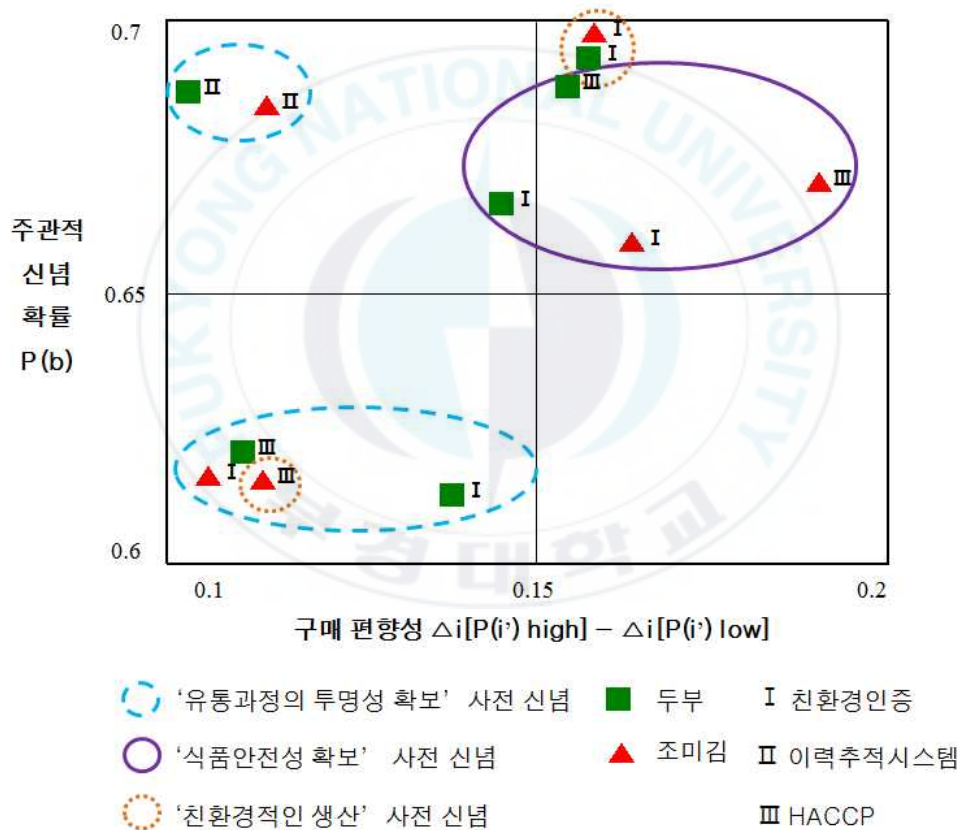
식품	제도	유의수준을 만족시킨 Δi 의 사전신념 (P(i') 상위-하위 집단의 Δi 평균차)
두부	친환경	친환경적생산 > 식품안전성확보 > 유통과정투명성확보 (0.157) (0.142) (0.140)
	이력제	유통과정투명성확보 (0.091)
	HACCP	식품안전성확보 > 유통과정투명성확보 (0.152) (0.110)
조미김	친환경	식품안전성확보 > 친환경적생산 > 유통과정투명성확보 (0.165) (0.158) (0.105)
	이력제	유통과정투명성확보 (0.117)
	HACCP	식품안전성확보 > 유통과정투명성확보 = 친환경적생산 (0.190) (0.114) (0.114)

이어 P(i') 상-하위집단의 Δi 평균차에 따른 사전신념 순위를 살펴보았다(표 29). 이력추적제도와 HACCP은 두부와 조미김 모두 사전신념 순위가 동일했다. 그러나 친환경인증제도에서는 식품별 순위가 다르게 나타났다. 두부는 친환경인증제도에서 소비자의 구매 편향성을 가장 높게 발생시키는 사전신념이 ‘친환경적인 생산(0.157)’으로 나타난 반면 조미김은 ‘식품안전성 확보(0.165)’로 나타났다.

즉 친환경인증마크에 대한 사전신념을 ‘환경친화적으로 생산된 식품을 보증하는 표식’으로 형성하고 있는 소비자가 친환경 인증 ‘두부’의 구매를 가장 긍정적으로 고려하게 되는 반면, 친환경 인증 ‘조미김’ 구매의 경우

친환경인증마크에 대한 사전신념을 ‘식품의 안전성을 확보해주는 표식’으로 형성하고 있는 소비자가 해당 조미김의 구매를 긍정적인 방향으로 편향되게 고려하게 될 확률이 가장 큰 것이다. 또한 각 제도의 핵심적 신념⁷⁾에서 농산물(두부)보다 수산물(조미김)의 구매 편향성이 더 크게 나타났다.

한편 인증식품에 대한 구매편향성이 발생된 ‘사전신념-제도’의 검증결과를 종합해 <그림 2>와 같이 도식화 하였다.



<그림 2> 식품인증제도별 소비자의 주관적 신념 P(b)와 구매편향 Δi 의 관계

7) 친환경인증: 친환경적 생산, 이력추적시스템: 유통과정의 투명성 확보, HACCP: 식품안전성 확보

‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념 P(b)의 경우 앞서 설명한 바와 같이 세 가지 신념 중 유일하게 두부와 김 모두 구매의도의 긍정적 편향성 Δi (주관적 구매의도 확률 상-하위집단의 Δi 대응차)를 발생시킨 신념으로 나타났다. 그러나 나머지 두 사전신념에 비해 Δi 값은 상대적으로 낮은 수준이다.

‘식품안전성 확보’ 사전신념은 이력추적시스템을 제외한 모든 ‘식품-제도’의 Δi 발생 검증에서 바람직한 유의수준을 만족시켰다. 또한 타 사전신념에 비해 상대적으로 소비자의 주관적 신념(확신)과 구매의도의 편향성이 모든 유의한 조합에서 고른 수준으로 높게 형성되어 있다. ‘친환경적인 생산’ 사전신념은 친환경 인증 두부와 조미김 그리고 HACCP 인증 조미김에서만 소비자에게 구매의 편향성을 형성하는 사전신념으로 작용했다. 특히 친환경 인증제도에 대한 ‘친환경적인 생산’ 사전신념은 모든 제도에 대한 신념 확률 조사결과 소비자에게 가장 높은 확신을 얻고 있는 것으로 나타났으며 구매 편향성 Δi 역시 높은 수준으로 형성되어 있다(그림 2).

식품별로 살펴보면 친환경인증제도에 대한 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념을 제외한 모든 제도와 사전신념에서 두부보다 조미김의 소비자 구매 편향성이 상대적으로 큰 것을 알 수 있다(그림 2).

제도별로 살펴보면 앞서 <표 16>, <표 26> 분석에서 언급한 바와 같이 친환경인증제도(I)와 HACCP(III)은 소비자들에게 비슷한 사전신념으로 형성되어 있고 이력추적시스템은 두 인증제도와 다르게 포지셔닝 되어있다. 소비자들은 HACCP과 친환경인증제도를 식품안전성 확보에 대한 신뢰성은 높으나 유통과정의 투명성에 대한 신뢰를 주기엔 부족한 제도로 인식하고 있었다. 반면 이력추적시스템에 대해서는 유통과정의 투명성 확보에 대한 높은 신뢰성을 가지고 있지만 식품안전성 대한 신뢰를 주기엔 부족한 제도로 인식하고 있었다. ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 대한 소비자의 구매 편향성이 이력추적시스템에서만 발생하지 않은 것은 이를 뒷받침해준다.

VI. 결론 및 시사점

1. 연구결과의 요약

본 연구는 우리나라의 대표적인 식품인증제도(친환경(유기식품) 인증, 이력추적시스템, 식품 HACCP)에 대하여 소비자들이 어떠한 사전신념을 형성하고 있는지 살펴보고, 각각의 사전신념이 소비자의 인증식품 구매에 얼마나 긍정적인 편향성을 발생시키는지 주관적 확률모델과 공분산기반모델을 통해 검증하였다. 또한 인증제품 구매의 편향성을 발생시키는 사전신념이 인증제도별·식품별(농산물, 수산물)로 차이를 보이는지 분석했다.

연구의 결과 아래와 같은 결론을 얻을 수 있었다.

첫째, 가설 1(1-1, 1-2, 1-3)의 검증을 통해 소비자들은 국내 농수산물 가공 식품에 공통적으로 적용되는 대표적 식품인증제도인 친환경인증, 이력추적 시스템, HACCP에 대하여 두 가지 이상의 사전신념을 형성하고 있었다. 또한 소비자의 사전신념 수준은 식품별·인증제도별로 차이를 나타냈다.

구체적으로 살펴보면 친환경, 이력추적, HACCP 인증제도의 법률 정의 및 소비자 인터뷰 조사결과를 바탕으로 소비자들은 위의 식품인증제도들에 대하여 ‘식품안전성 확보’, ‘유통과정의 투명성 확보’, ‘친환경적인 생산’이라는 사전신념을 형성하고 있음을 확인했다.

소비자들은 친환경(유기식품)인증제도에 대하여 “환경친화적으로 생산된 식품을 보증한다”는 사전신념을 타 신념에 비해 가장 높게 가지고 있었다. 또한 소비자들은 HACCP 인증 식품이 다른 인증마크가 부착된 식품보다

더 높은 “식품안전성을 확보하고 있을 것”이라는 믿음을 가지고 있었다. 이력추적시스템에 대해서는 “유통과정의 투명성을 보증하는 제도”라는 신념을 다른 인증제도들 보다 높게 가지고 있었다.

그러나 사전신념의 수준을 세부적으로 분석한 결과 HACCP과 친환경 인증제도는 소비자들에게 비슷한 사전신념으로 형성되어 있었고, 이력추적 시스템의 경우 두 인증제도와 다르게 포지셔닝 되어 있음을 확인했다.

먼저 소비자들은 HACCP과 친환경인증제도를 식품안전성 확보에 대한 신뢰성은 높으나 유통과정의 투명성에 대한 신뢰를 주기엔 다소 부족한 제도로 인식하고 있었다. 반면 이력추적시스템에 대해서는 유통과정의 투명성 확보에 대한 높은 신뢰성을 가지고 있지만 식품안전성 대한 신뢰를 주기엔 부족한 제도로 인식하고 있었다.

위의 결과를 통해 다음과 같은 사실을 유추해 볼 수 있는데, 소비자들은 식품이 안전하다고 해서 그 식품의 유통과정이 반드시 투명하다고 느끼지 않으며 반대로 유통과정이 아무리 투명하다고 해도 그 식품이 반드시 안전하다는 신념을 형성하는 것은 아니라는 점이다. 또한 소비자들은 HACCP 또는 이력추적제도 인증마크가 부착된 농산물(두부)이 동일한 인증 마크가 부착된 수산물(조미김)보다 더 높은 식품안전성을 확보하고 있을 것이라는 신념을 가지고 있었다. 그러나 친환경인증의 사전신념에 대한 농산물과 수산물의 차이는 나타나지 않았다.

둘째, 본 연구에서 식품인증제도의 소비자 신념과 구매의도의 관계를 알아보기 위해 사용된 주관적 확률모델이 통계적 확률모델을 기반으로 하는 객관적 확률모델의 법칙을 따르고 있음을 가설 2의 검증을 통해 밝혔다. 주관적 확률모델로부터 예측된 인증식품에 대한 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 가 소비자들로부터 직접 얻어낸 관찰된 구매의도 확률 $P(i)$ 와 유의한 상관관계를 가지는지 확인한 결과 $P(i')$ 와 $P(i)$ 의 평균상관계수는

0.619($p < 0.001$)로 나타나 본 연구에 사용된 식품인증제도의 ‘신념-구매의도’간 주관적 확률공식이 객관적 확률모델을 반영하고 있었다.

셋째, 가설 3(3-1, 3-2, 3-3)의 검증을 통해 소비자들은 친환경인증, 이력추적시스템, HACCP에 대한 사전신념을 인증식품 구매의도 형성에 반영하고 있었다. 또한 구매의도는 인증제도별로 차이를 보였고 식품별로도 부분적인 차이를 보였다.

먼저 소비자들이 친환경인증마크에 대하여 “식품안전성 확보를 보증한다” 또는 “유통과정의 투명성을 확보해준다”는 사전신념보다는 해당인증마크를 “친환경적으로 생산된 식품을 보증한다”는 사전신념으로 형성하고 있을 때 친환경 인증 식품을 구매하려는 의도가 더 높았다. HACCP은 “식품안전성이 확보되어 있을 것”이라는 사전신념으로 형성한 소비자의 구매의도가 가장 높았다. 이력추적시스템의 경우 소비자들이 해당 인증마크가 “유통과정의 투명성을 보증하는 표식”이라는 사전신념을 가지고 있을 때 이력제 인증 식품을 구매하려는 의도가 가장 높았다.

위의 결과에서 주목할 것은 소비자에게 가장 높은 신뢰를 얻고 있는 사전신념을 바탕으로 한 인증식품의 구매의도가 가장 높다는 것이다. 이는 소비자의 인증제도에 대한 사전신념의 강도가 실질적인 인증제품 구매에 반영됨을 보여주는 것으로 해석할 수 있다.

HACCP과 친환경인증식품에 대한 소비자의 구매의도 분석결과도 사전신념 분석과 동일한 결과를 나타냈다. 즉, 소비자들이 HACCP과 친환경인증제도의 ‘식품안전성 확보’에 대한 신뢰성은 높지만 ‘유통과정의 투명성을 확보하고 있다’는 신뢰를 주기엔 부족한 제도라는 사전신념을 형성하고 있는 것과 같이 HACCP과 친환경인증마크가 부착된 식품을 구매할 때에도 각 인증제도를 ‘유통과정의 투명성’을 확보할 수 있다는 신념보다는 ‘식품안전성 확보’를 보증하는 제도라는 사전신념을 기반으로 할 때 소비자의

구매의도가 높았다.

식품별 구매의도의 차이도 부분적으로 나타났다. 소비자들이 ‘식품안전성 확보’ 사전신념에 기반을 둔 경우 HACCP과 이력추적 인증마크가 있는 농산물(두부)에 대한 구매의도가 동일 인증마크가 부착된 수산물(조미김)보다 높은 것으로 나타났다. 또한 이력추적 인증마크가 있는 농산물은 ‘식품안전성 확보’ 사전신념 뿐만 아니라 ‘유통과정의 투명성 확보’ 사전신념을 바탕으로 한 경우에도 수산물보다 소비자의 구매의도가 높았다.

위의 결과를 통해 소비자들은 동일한 HACCP과 이력제 인증을 받은 식품임에도 불구하고 수산물보다 농산물이 더 높은 식품안전성과 유통과정의 투명성을 확보하고 있을 것이라 믿으며 이러한 믿음(사전신념)을 식품 구매 결정에 적극 반영한다고 해석할 수 있다.

넷째, 가설 4(4-1, 4-2, 4-3)의 검증을 통해 소비자들이 친환경인증, 이력추적시스템, HACCP에 가지고 있는 사전신념이 실제로 소비자의 인증식품 구매에 편향성을 발생시키고 있음을 확인했다. 그러나 일부 인증제도에서 해당 제도에 대한 비(非)핵심적 사전신념은 인증식품의 구매의도에 편향성을 발생시키지 않았다. 한편 해당제도의 핵심적 사전신념임에도 불구하고 긍정적 편향성을 형성하지 못한 경우도 있었다. 또한 소비자의 구매 편향성을 발생시키는 사전신념은 인증제도별로 차이가 있으며 식품별로도 일부 차이가 있었다.

3가지 인증제도에 대한 구매 편향성을 분석한 결과는 다음과 같다. 모든 제도와 식품 그리고 사전신념의 조합 중에서 소비자에게 가장 높은 긍정적 구매 편향성 Δi (주관적 구매의도 확률 상-하위집단의 Δi 대응차)를 형성한 조합은 ‘HACCP-조미김-식품안전성 확보’로 나타났다. 즉 HACCP 인증 수산물(조미김)에 대한 식품안전성 확보 사전신념이 소비자에게 가장 높은 긍정적 구매편향성(0.190)을 발생시킨 것이다. 이어 친환경인증마크가

부착된 수산물의 ‘식품안전성 확보’ 사전신념이 소비자의 구매 편향성(0.165)을 두 번째로 높게 발생시켰다. 동일 제도(친환경인증)의 수산물에 대한 ‘친환경적 생산’ 사전신념이 구매편향성 0.158로 그 뒤를 이었다. 농산물(두부)에서 소비자의 인증식품 구매 편향성을 가장 높게 발생시킨 제도와 사전신념은 ‘친환경인증-친환경적 생산’이다. 구매편향 수준은 0.157로 4번째로 높았다. 즉 소비자의 인증식품 구매 편향성은 농산물에 비해 수산물이 상대적으로 높았다.

특히, 각 제도의 핵심적 신념⁸⁾에서 농산물(두부)보다 수산물(조미김)의 구매 편향성이 더 크게 나타났다. 이는 동일한 HACCP 인증을 받은 식품(농산물 vs 수산물)이라 할지라도 소비자들이 자신의 사전신념(HACCP은 식품안전성을 보증하는 제도이다)을 유지하기 위해 인증품을 긍정적으로 구매하려는 의도를 농산물보다 수산물에 더 크게 형성할 수 있음을 암시한다.

구매 편향성에 따른 사전신념 순위를 식품별로 살펴보면 이력추적제도와 HACCP은 두부와 조미김 모두 사전신념 순위가 동일했다. 그러나 친환경인증에서는 식품별 순위가 다르게 나타났다. 두부의 경우 친환경인증제도에서 소비자의 구매 편향성을 가장 높게 발생시키는 사전신념은 ‘친환경적인 생산(0.157)’으로 나타난 반면 조미김은 ‘식품안전성 확보(0.165)’로 나타났다.

즉 친환경 인증 ‘두부’ 구매에 있어서는 친환경인증마크에 대한 사전신념을 ‘환경친화적으로 생산된 식품을 보증하는 표식’으로 형성하고 있는 소비자가 해당 두부의 구매를 가장 긍정적으로 고려하게 되는 반면 친환경 인증 ‘조미김’ 구매의 경우는 친환경인증마크에 대한 사전신념을 ‘식품의 안전성을 확보해주는 표식’으로 형성하고 있는 소비자가 해당 조미김의 구매를 긍정적인 방향으로 편향되게 고려하게 될 확률이 가장 큰 것이다.

사전신념의 관점에서 구매의 편향성을 살펴보면 연구에 적용된 3가지

8) 친환경인증: 친환경적 생산, 이력추적시스템: 유통과정의 투명성 확보, HACCP: 식품안전성 확보

식품인증제도 모두에서 소비자의 긍정적 구매 편향성을 발생시키는 사전 신념은 ‘유통과정의 투명성 확보’에 대한 사전신념뿐이었다.

다음으로 제도별로 인증식품에 대한 소비자 구매 편향성을 발생시키는 사전신념을 비교했다. 먼저 친환경인증제도의 경우 두부와 조미김 모두 ‘친환경적 생산’, ‘식품안전성 확보’, ‘유통과정의 투명성 확보’ 등 세 가지 사전신념 모두 소비자의 친환경인증식품 구매에 편향성을 발생시켰다. HACCP은 두부의 경우 ‘식품안전성 확보’ 및 ‘유통과정의 투명성 확보’ 두 가지 사전신념에서만 소비자의 구매 편향성을 발생시킨 반면 조미김은 세 가지 사전신념 모두에서 소비자의 HACCP 인증 조미김 구매에 편향성을 발생시켰다. 이력추적시스템은 두부와 조미김 모두 ‘유통과정의 투명성 확보’만이 소비자의 인증식품 구매의도에 긍정적 편향성을 발생시키는 사전신념이었다. 또한 이력추적시스템은 3가지 인증제도 중 유일하게 ‘식품안전성 확보’ 사전 신념에 대한 편향성이 형성되지 않았다. 이러한 결과는 이력추적시스템이 “투명한 유통경로 확보로 소비자들이 안심하고 식품을 선택할 수 있게 해 준다”는 취지로 도입되었지만 아직까지 소비자들의 구매에 유의한 영향을 줄 만큼 ‘식품안전성을 보증한다’는 사전신념을 확보하지 못했다고 할 수 있다.

본 연구의 가설검증 결과를 요약하면 <표 30>과 같다.

<표 30> 가설 검증결과의 요약

가설			검증 결과
가설1	1-1	식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
	1-2	식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	부분 채택
	1-3	식품인증제도의 사전신념에 대한 소비자의 주관적 신념 확률 $P(b)$ 는 제도 내에서도 차이가 있을 것이다.	채택
가설2	2-1	주관적 확률모델로부터 예측된 인증식품에 대한 소비자의 구매의도 확률 $P(i')$ 는 소비자들로부터 직접 얻어낸 관찰된 구매의도 확률 $P(i)$ 와 유의한 상관관계를 가질 것이다.	채택
가설3	3-1	인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
	3-2	인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	부분 채택
	3-3	인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 는 제도 내 사전신념의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
가설4	4-1	식품인증제도에 대한 사전신념은 소비자가 인증식품을 구매하는데 편향성을 야기할 것이다. 따라서 인증식품에 대한 소비자의 주관적 구매의도 확률 $P(i')$ 값이 높은 집단과 낮은 집단의 구매의도의 편향성 Δi 값은 차이가 있을 것이다. 특히, $P(i')$ 값이 높은 집단에서 구매의도의 긍정적 편향성이 크게 나타날 것이다.	부분 채택
	4-2	소비자의 구매편향을 발생시키는 사전신념은 인증제도의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
	4-3	소비자의 구매편향을 발생시키는 사전신념은 식품의 종류에 따라 차이가 있을 것이다.	부분 채택

2. 연구의 시사점

본 연구는 소비자의 농수산물식품에 대한 품질평가와 구매결정에 중요한 외재적 단서로 작용하는 국가인증제도인 친환경(유기식품)인증, 이력추적시스템, 식품 HACCP에 대한 사전신념을 알아보고 각 사전신념에 대한 소비자의 믿음이 실제로 인증식품을 구매하는데 있어 얼마나 편향적인 구매결정을 하도록 만드는지 주관적 확률모델과 공분산기반모델을 활용하여 분석했다.

본 연구는 다음과 같은 마케팅적 시사점을 도출했다.

(1) 식품인증제도에 대한 소비자의 다양한 사전신념

소비자는 친환경(유기식품)인증, 이력추적시스템, HACCP에 대해 두 가지 이상의 사전신념을 형성하고 있으며, 사전신념은 소비자가 인증식품을 구매하는데 실질적인 영향을 미쳤다. 또한 사전신념의 강도는 인증제도 및 식품의 종류에 따라 다르게 나타났다.

사전신념의 세분화 분석을 통해 정부는 소비자들이 각각의 식품인증제도에 어떤 신념을 가장 확고하게 가지고 있는지, 또한 해당 신념이 제도의 본질적 목적과 일치하는지 여부를 파악할 수 있다. 만약 소비자가 특정 인증표시에 대한 중요성을 제대로 파악하지 못하거나 잘못된 신념을 형성하고 있을 경우 소비자 교육, 인식개선 캠페인 등을 통해 소비자의 잘못된 사전신념이 인증식품 구매에 부정적인 태도로 이어지지 않도록 사전에 예방할 수 있을 것이다. 아울러 각 인증제도의 도입목적이 소비자에게 올바르게 포지셔닝 되기 위해서 어떠한 사전신념의 수준을 높여야 하는지 구체적인 전략 수립을 위한 기초자료로 활용할 수 있다.

(2) 제도별·신념별 소비자의 인증식품 구매편향성

소비자는 인증제도에 대한 자신의 특정 신념이 훼손되지 않도록 해당인증마크가 부착된 식품의 구매에 편향적으로 타당성을 부여하는 ‘구매의도의 편향성’을 형성하고 있었다. 제도별·신념별 구매편향성 분석결과를 바탕으로 아래와 같은 시사점을 도출했다.

첫째, 친환경인증제도의 경우 선행연구들(김규동 외, 2008; 김성용과 이계임, 2002; 김성숙, 2008 외 다수)에서는 ‘식품 안전’에 대한 정보를 제공하는 대표적인 품질인증표시로 정의되어 왔으며 해당인증식품의 소비자 구매행동을 야기하는 요인에 관한 연구 역시 ‘식품 안전에 대한 관심도’, ‘식품위험요인에 대한 지식’, ‘건강의 관심도’ 등 식품 안전성에 포커스를 맞추었다.

그러나 본 연구의 분석결과 식품의 안전성만큼 친환경적인 생산 여부가 소비자들의 친환경인증식품을 구매하도록 만드는 중요한 요인으로 나타났다. 소비자들은 친환경인증마크에 대해 “환경 친화적으로 생산된 제품을 보증한다”는 사전신념을 가지고 있을 때 인증식품(농산물) 구매를 더욱 긍정적인 방향으로 편향되게 고려하는 ‘구매 편향성’ 수준을 가장 높게 형성했다.

이를 통해 현대의 소비자들에게 친환경인증마크란 선행연구들에서 입증된 것과 같이 ‘안전한 먹거리에 대한 신뢰의 척도’임과 동시에 ‘환경의 지속가능성을 추구하는 생산방식 준수’에 대한 지표로도 활용되고 있음을 알 수 있다. 더불어 개인의 건강 뿐 아니라 공동체 전체의 보다 나은 삶을 위해 환경과 사회의 지속적인 발전을 가치 있게 여기는 생활방식인 ‘로하스(LOHAS)’가 자신의 건강을 위하여 자연친화적 상품을 선택하는 ‘웰빙(well-being)’에 이어 소비자의 식품 구매에 중요한 영향을 미치는 새로운 트렌드로 자리 잡아가고 있음을 알 수 있다. 2012년 도입된 ‘저탄소 농축산물 인증제’와 ‘동물복지 축산농장 인증제’는 소비자의 환경과 동물복지에 대한

관심이 식품구매에 적극적으로 반영되고 있음을 단적으로 보여준다.

따라서 정부는 친환경인증제도 활성화를 위한 마케팅 전략수립 시 소비자가 해당인증식품 구매를 통해 만족시키고자 하는 본원적 욕구에 따라 차별화 된 설득적 메시지를 구성할 수 있다. 건강과 안전성을 식품구매에 최우선으로 고려하는 소비자 집단에게는 친환경인증제도의 ‘식품 안전성 보증’에 관한 특징을 바탕으로 설득적 메시지를 구성하는 “이성적 소구”를 진행하는 한편 환경보전과 지속가능한 발전에 중요한 가치를 부여하는 소비자 집단에게는 친환경인증식품을 구매함으로써 자연 보호와 환경 친화적인 사회 구성에 기여 할 수 있다는 “감성적 소구” 방법을 활용해 소비자의 친환경 인증식품에 대한 긍정적 ‘구매 편향’이 더욱 활성화 될 수 있도록 유도할 수 있을 것이다.

둘째, 소비자들은 식품 포장에 표시된 인증마크가 ‘유통과정의 투명성을 보장하는 제도의 표식’이라는 사전인념을 형성하는 경우 식품 및 인증제도의 종류와 상관없이 해당인증마크가 표시된 식품의 구매를 더욱 긍정적인 방향으로 편향되게 고려했다. 즉 ‘유통과정이 투명한 식품을 보증하는 인증’이라는 사전인념으로 소비자의 마음속에 자리할 경우 소비자는 무의식적으로 해당인증마크가 부착된 식품에 대한 구매의도가 더욱 높아지게 되는 것이다. 이는 소비자가 ‘투명한 식품 유통과정’을 식품 구매의사결정과정에 활용되는 “기본적이고 공통적으로 필요한 요소”로 인식하고 있음을 보여준다.

따라서 인증식품 뿐만 아니라 비인증식품의 경우에도 해당 식품의 원료 생산부터 가공, 유통, 판매에 이르는 전 과정 또는 핵심 과정의 정보를 소비자가 확인할 수 있도록 공개하고 이를 자사 식품의 강점으로 소비자에게 소구하는 것은 해당 식품에 대한 긍정적 구매편향을 형성하게 만드는 효과적인 마케팅 전략이 될 수 있을 것이다.

셋째, 이력추적시스템 인증제도는 세 가지 제도 중 유일하게 ‘식품안전

성 확보' 사전신념에 대한 편향성이 형성되지 않았다. 이러한 결과는 비록 이력추적시스템이 “투명한 유통경로 확보로 소비자들이 안심하고 식품을 선택할 수 있게 해준다”는 취지로 도입되었지만 아직까지 소비자들은 이력추적 인증마크가 해당 인증식품의 구매를 편향적으로 고려할 만큼 충분히 “식품의 안전성을 보장한다”는 신념을 형성하지 못하는 것으로 해석할 수 있다. 즉 이력추적시스템의 정책의도가 소비자들에게 충분히 전달되지 못하고 있다는 의미다. 따라서 정부는 이력추적시스템 도입 목적과 현재까지 추진된 제도 홍보 및 활성화 방안의 일치여부를 점검하고 소비자가 이력추적시스템에 올바른 신념과 긍정적 편향성을 형성할 수 있도록 정책적 방향을 조정해야 한다.

이력추적시스템의 본질적 목적과 소비자 신념 불일치의 근본원인 중 하나로 제도의 인지도 부족을 꼽을 수 있다. 실제로 여러 선행연구(박종명 외, 2015; 박준모와 박진구, 2015; 정기혜 외, 2013 외 다수)를 통해 이력추적 시스템의 소비자 인지도 및 활용도 수준이 친환경인증과 HACCP에 비해 상대적으로 매우 낮은 사실을 알 수 있다.

제품의 수명주기에서 시장에 새로운 제품 또는 제품군이 처음 도입되는 단계, 즉 도입기는 소비자의 ‘본원적 수요’를 자극하는 마케팅 전략을 수립한다. 이 시기의 광고 목표는 소비자에게 해당 제품이 시장에 있음을 ‘고지’하고 제품의 인지도를 개발하는 것이다. 이후 시장에서 제품에 대한 수용이 이루어지기 시작하는 성장기가 되면 전략은 ‘본원적 수요’에서 ‘선택적 수요’를 자극하는 방법으로 전환된다. 이 시기의 광고 목표는 상표의 특별한 특징이나 제품의 혜택을 강조하여 소비자가 제품을 구매하도록 만드는 것이다.

즉, 소비자에게 ‘강글리오 커피’라는 제품이 시장에 출시되었음을 알리고 강글리오 커피에 대한 인지도가 쌓였을 때 ‘강글리오 커피는 녹용이 함유

되어 건강에 좋은 기능성 커피'라는 신념을 소비자에게 형성시킬 수 있으며, 이러한 신념을 바탕으로 소비자가 강글리오 커피를 구매해주기를 기대할 수 있는 것이다.

따라서 이력추적제도의 인지도 및 활용도가 낮은 상태에서 소비자가 이력추적제도에 대한 사전신념을 형성하고 이를 통해 이력제 인증식품에 대한 긍정적 구매편향이 높은 수준으로 발생하기를 기대하는 것은 무리가 있다. 이력추적제도의 활성화를 위해서는 메시지 도달범위가 넓은 TV, 라디오 등의 대중매체를 통한 제도의 대국민 홍보를 강화하고, 참여품목 확대를 통한 이력식품의 소비자 친숙도 향상을 도모하는 노력이 이력추적제도의 핵심 목적을 소비자의 마음속에 중요한 사전신념으로 자리 잡게 만드는 일보다 우선되어야 할 것으로 보인다.

(3) 식품별(농산물/수산물) 소비자의 사전신념 강도 및 구매 편향성

식품의 종류(농산물/수산물)에 따라 인증제품에 대한 소비자의 사전신념 수준은 차이를 보였다. 또한 소비자의 구매 편향성을 야기하는 사전신념 종류 역시 식품에 따라 일부 차이를 보였다. 식품별 구매 편향성의 핵심 내용과 이를 통한 시사점을 정리하면 아래와 같다.

첫째, 소비자는 동일한 인증(HACCP, 이력추적시스템)을 획득한 식품 일지라도 원료가 수산물인 경우 농산물보다 해당 인증식품의 안전성을 낮게 평가했다.

이는 '생산 환경의 차이'에서 소비자들이 수산물을 농산물보다 안전성이 확보되지 못한 것으로 평가하고 있다고 볼 수 있다. 지정된 공간에서 일정량의 유기 또는 화학비료 등을 사용하여 재배하는 농산물은 생산자가 품질을 관리하기 용이하고 품질의 수준 또한 대부분 일정하다. 반면 바다 또는 양식시설에서 생산되는 수산물은 재배(또는 양식, 어획) 공간이

농산물에 비해 매우 넓으며, 예기치 못한 사고로 각종 오염물질에 노출될 위험성이 상당히 높아 생산자가 품질을 관리하기 힘들며 농산물에 비해 상대적으로 품질도 일정하지 못할 것이라 생각할 것이다.

따라서 수산물은 인증여부와 상관없이 소비자들에게 생산단계에서부터 수산식품의 안전성이 확보되어 있음을 인식시켜주는 정책적 노력이 필요하다. 안전성 확보에 대한 강한 신념이 형성된 이후 환경적·윤리적 가치를 수산식품 인증제도에 부과하고 소비자들에게 추가적 지불의사를 형성하도록 만들 수 있다.

둘째, 이력추적시스템의 소비자 사전신념과 구매 편향성 분석을 통해 농축산물 및 가공식품의 제도 인지도가 수산물 인증제도의 소비자 인지도에 상당한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 소비자들은 친환경수산물 인증식품의 안전성이 HACCP 만큼 높을 것이라는 신념을 형성하는 것으로 나타났고 이로 인한 구매의도 역시 높았다.

이것은 농·축산물에서 친환경인증제도의 활성화 및 소비자 인식도 수준이 높은 상황에서 동일한 인증표지를 사용하는 친환경 인증 수산품이 농·축산물의 친환경인증 홍보효과에 따른 반사적 이익을 본 것으로 해석할 수 있다.

이력추적시스템의 경우 농산물 및 가공식품에서 친환경인증제도나 HACCP에 비해 상대적으로 소비자 인지도가 매우 낮고 농·수·축산물이 각기 다른 인증마크를 사용함으로써 이러한 반사 이익을 기대할 수 없었던 것으로 파악된다. 그러나 오는 2017년 이후 농·수·축산물 이력추적시스템에 대한 통합로고 사용이 전면 실시된다면 이력추적시스템에 대한 소비자 인지도 상승을 기대해 볼 수 있을 것으로 판단된다.

3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 식품인증제도에 대한 소비자의 사전신념과 구매의도 및 구매의도의 편향성과의 관계를 확률모형을 통해 비교적 분명하게 보여주고 있으나 아래와 같은 한계점을 내포하고 있다.

첫째, 본 연구에서는 농수산물식품 인증제도에 대한 소비자의 신념 및 구매의도의 편향성을 분석함에 있어 농산물과 수산물을 대표하는 식품으로 두부와 조미김을 각각 선정하였다. 비록 두부와 조미김이 우리나라 사람들의 대표적 부식재료로서 소비자들에게 가장 친숙한 농수산물식품임은 틀림없지만 각각 한 품목의 조사결과를 바탕으로 전체 농산물과 수산물에 대한 소비자의 구매행동 분석으로 일반화하기엔 한계가 존재할 수 있을 것이다. 따라서 향후 식품군별 실험 대상 품목을 확대함으로써 주관적 확률모형을 통한 농수산물식품 인증제도에 대한 소비자의 구매행동 및 편향성 분석의 설명력을 향상시킬 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 설문 문항수의 한계와 인증제도의 운용방식 차이⁹⁾로 축산물을 분석 식품군에서 제외하였다. 축산물은 우리나라 국민들의 중요한 단백질 공급원으로 이에 대한 소비자의 신념과 구매편향 효과 측정이 제외되어 농수축산물을 모두 아우르는 완벽한 식품인증제도에 대한 연구를 설계하지 못했다는 것이 한계점의 한 부분이다. 향후 농수산물과 함께 축산물 인증제도에 대한 연구를 추가하여 통합적인 식품인증제도에 대한 소비자의 사전신념과 구매편향의 관계를 도출할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 설문조사 전 피험자들에게 식품인증제도의 법적정의를 숙지시키는 과정에서 필요시 조사자가 피험자에게 인증제도에 대한 설명을

9) 농수축산식품 공통적용 인증제도 중 이력추적시스템의 경우, 축산물은 의무적용 대상이다. 따라서 임의적용대상인 타 식품군(농산물, 수산물)과의 정확한 비교 및 차이를 규명하는데 한계가 존재할 수 있다.

구두로 제공하였다. 비록 법률조항을 근거로 객관적인 정보만을 피험자에게 제공하였고 오직 추가적 설명을 요청한 피험자에 한해서만 최소한의 범위에서 구두 설명을 실시하였으나 설명과정에서 조사자의 편견이 개입되었을 가능성을 완전히 배제시킬 수 없다는 한계점이 존재한다. 차후 연구에서는 응답자와 조사원간에 발생할 수 있는 survey error를 더욱 줄일 수 있는 설문조사방법을 개발하는 것이 필요하다고 사료된다.

넷째, 본 연구는 식품인증제도에 대한 소비자의 사전신념과 구매의도 및 구매의도의 편향성과의 관계만을 살펴보았을 뿐 소비자의 사전신념에 영향을 미치는 요인은 어떤 것들이 있는지 규명하지 못했다. 소비자의 신념형성에 영향을 주는 핵심요인에 관한 연구가 진행된다면 인증식품 구매자의 행동을 보다 정확하게 예측할 수 있을 것이다.

다섯 째, 본 연구에서는 물리적·시간적 제약으로 응답자들의 인증식품 실제 구매여부를 조사하지 못했다. 따라서 인증식품 구매의도와 실제 인증식품 구매와의 상관관계를 분석하지 못했다. 향후 Jaccard et al.(1979)와 같이 ‘사전신념-구매의도-실제 구매행동’에 이르는 연구가 진행된다면 통계적 확률모형을 통한 식품소비 연구 발전에 많은 기여를 할 수 있을 것이다.

마지막으로 식품인증제도에 대한 소비자의 사전지식 수준과 구매의도의 관계에 대한 추후 연구가 필요하다고 생각된다. 이는 사전지식의 경우 지식의 수준이 높을수록 이원적 프로세스 중 분석적 프로세스가 활성화되어 신념편향의 발생이 억제될 수 있을 가능성이 존재하기 때문이다(한웅희와 이유재, 2009). 사전신념 뿐만 아니라 사전지식이 인증식품 구매행동에 미치는 영향력을 함께 검증해봄으로써 보다 정밀한 구매 편향성 결과도출과 함께 두 요인 간 비교분석도 가능할 것이다.

<참고문헌>

- 국내문헌 -

- 강경실 (2011), HACCP 인식도가 소규모식품판매자의 식품 구매태도에 미치는 영향, 가천의과대학교 보건복지대학원 석사학위논문. pp. 1-31.
- 김규동, 이정운, 남궁석 (2008), 서울지역 주부들의 친환경농산물 구매행동, 한국식품영양과학회지, 37(12), pp. 1667-1673.
- 김명호, 조진호, 정진웅, 김영동, 이용환, 한규재, 정승원, 박성훈, 박기재, 임정호, 김범근, 김종찬 (2009), 국내 식품인증제도 통합 운영 (가칭 KAS 시스템도입) 방안 연구, 한국식품연구원 연구보고서.
- 김성용, 이계임 (2002), 농산물 품질인증표시 사용여부의 결정요인 분석, 농업생명과학연구, 36(4), pp. 45-52.
- 김성숙 (2008), 소비자의 농·식품관련 품질인증표시 이용에 관한 연구, 소비문화연구, 11(1), pp. 49-70.
- 김성혁, 정다운, 김정훈 (2012), 친환경농산물 인증마크의 이미지, 인지도, 공신력 및 구매의도간 영향관계 분석, 외식경영연구, 15(6), pp. 359-383.
- 김우선, 정명섭, 이화정, 김동술 (2011), 국내 가공식품 인증제도의 현황 및 활용도 조사 -산업체를 중심으로-, Safe Food, 6(1), pp. 22-28.
- 김원용, 이춘수, 양승룡 (2015), 저탄소 농산물 인증제에 대한 인식과 경제적 파급효과 분석, 농업경영·정책연구, 42(4), pp. 631-659.
- 김종도 (2013), 식품 인증마크가 소비자 태도와 구매의도에 미치는 영향 연구: 위해요소중점관리기준(HACCP) 인증마크와 오�뚜기밥을 중심으로, 홍익대학교 일반대학원 석사학위논문. pp. 1-78.
- 김진영 (2013), 수산물 안전성 확보를 위한 인증제도와 회유허성의 이해,

- 경남발전, 129, pp. 4-17.
- 김현숙 (2011), 소비자의 신념편향이 제품추론과 광고메시지 타당성 평가에 미치는 영향, 한양대학교 대학원 박사학위논문. pp. 1-138.
- 김현숙, 한상필 (2011), 화장품브랜드와 광고모델에 대한 사전지식이 신념편향, 브랜드평가, 구매충동에 미치는 영향에 관한 연구: 휴리스틱 시스템과 자기애 성향을 중심으로, 한국광고홍보학보, 13(1), pp. 7-35.
- 김현숙, 한상필 (2012), 브랜드 관련정보에 대한 사전지식이 광고메시지 타당성 평가에 미치는 영향, 광고PR실학연구, 5(2), pp. 88-111.
- 김현숙 (2015), 광고메시지에 대한 신념불일치와 자기애 성향에 따른 광고메시지 태도 및 구매의도, 광고학연구, 26(1), pp. 325-349.
- 문경주 (2007), 축제 웹사이트 서비스품질과 웹 이용행태가 만족과 행동의도에 미치는 영향연구, 경기대학교대학원 이벤트·국제회의학과 박사학위논문. pp. 38-41.
- 박미선, 이범준, 함선옥 (2014), 건강관심도 및 환경관심도에 따른 품질인증농산물의 소비자 인식 차이, 외식경영연구, 17(5), pp. 107-132.
- 박정아 (2008), 학교급식 수산물 제품평가에 미치는 영향에 관한 연구, 부경대학교대학원 해양산업경영학과 석사학위논문. pp. 1-60.
- 박종명, 김종문, 유승민, 유영현, 윤아리 (2015), 국가인증 농축산물 유통실태 및 이를 제한하는 법제도적 규제요인에 관한 연구, 농업생명과학연구, 49(4), pp. 283-294.
- 박준모, 박진규 (2015), 인구통계학적 요인이 수산물 인증제에 대한 소비자 인식에 미치는 영향: 서울지역을 중심으로, 해양비즈니스, 31, pp. 69-92.
- 보건복지부 질병관리본부 (2015), 2014 국민건강통계: 국민건강영양조사 제6기 2차년도(2014), 보건복지부. p. 150, pp. 206-215.
- 이동필, 최경환, 홍준표 (2011), 지역특화산업 육성을 위한 지리적표시제도의

- 운영실태와 발전방안, 한국농촌경제연구원 연구보고서. pp. 1-110.
- 장영수, 박정아 (2009), 학교급식 수산물구매에 영향을 미치는 제품평가요인, 수산경영론집, 40(2), pp. 1-25.
- 정기혜, 김동우, 조주연, 김동영 (2013), 다부처관련 정책 현황조사: 식품 인증·표시, 한국보건사회연구원 연구보고서, 경제·인문사회연구회. pp. 1-58.
- 정용택 (2007), 전통식품 품질인증 제도의 신뢰도가 소비자 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, 홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위논문. pp. 1-55.
- 주문배, 이현동 (2011), 글로벌 경쟁력 강화를 위한 수산식품 정부인증제도 개선방안, 한국해양수산개발원 연구보고서. pp. 1-178.
- 최현철 (2006), 흠의 인과 개념과 과학적 설명, 철학탐구, 20, pp. 67-97.
- 한상필 (2000), 속성광고와 이미지광고에 대한 소비자의 반응에 관한 연구: 개인특성과 제품특성의 상호작용효과, 광고학연구, 11(1), pp. 201-219.
- 한웅희 (2009), 사전지식 및 관여도가 소비자의 신념 불일치에 미치는 영향, 서울대학교대학원 경영학과 경영학박사학위논문. pp. 1-104.
- 한웅희, 이유재, 김재일, 박기완 (2009), 사전지식 및 관여도가 소비자의 신념불일치에 미치는 효과, 마케팅연구, 24(1), pp. 51-76.
- 한웅희, 이유재 (2009), 소비자의 신념편향에 대한 연구, 소비자학연구, 20(3), pp. 27-60.
- 한웅희 (2014), 소비자의 신념편향에 대한 도피이론적 접근, 한국콘텐츠학회 논문지, 14(11), pp. 411-421.
- Beck, H. (2013), 부자들의 생각법: 모르고 당하는 그들만의 경제학, 갤리온.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008), Kotler의 마케팅 원리 12판, 시그마프레스.
- Giere, R. N. (2004), 학문의 논리: 과학적 추리의 이해, 간디서원.

- 국외문헌 -

- Ajzen, I., Fishbein, M. (1973), Attitudinal and normative variables as predictors of specific behaviors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27(1), pp. 41-57.
- Ajzen, I. (1991), Attitudes and thought system, In R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds), *Advances in Social Cognition, Volume IV: The Content, Structure, and Operation of Thought Systems*, Lawrence Erlbaum Associates, pp.79-86.
- Bearden, W. O., Shimp, T. A. (1982), The Use of Extrinsic Cues to Facilitate Product Adaptation, *Journal of Marketing Research*, 19(2), pp. 229-239.
- Cheng, P. W. (1997), From covariation to causation: A causal power theory, *Psychological Review*, 104, pp. 367-405.
- Dulany, D. E. (1968), Awareness, rules and propositional control: A confrontation with S-R behavior theory, In T. Dixon & D. Horton (Eds.), *Verbal Behavior and General Behavior Theory*. Prentice-Hall, pp. 340-387.
- Eagly, A. H., Chaiken, S. (1993), *The psychology of attitudes*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*, 8th ed. Dryden Press.
- Evans, J. St. B. T., Barston, J. L., Pollard, P. (1983), On the conflict between logic and belief in syllogistic reasoning, *J. Memory & Cognition*, 11(3), pp. 295 - 306.
- Evans, J. St. B. T., Over, D. E. (1996), *Rationality and Reasoning*, Psychology Press.

- Evans, J. St. B. T. (2003), In two minds: Dual-process accounts of reasoning, *Trends in Cognitive Sciences*, 7(10), pp. 454-459.
- Evans, J. St. B. T., Curtis-Holmes, J. (2005), Rapid responding increases belief bias: Evidence for the dual-process theory of reasoning, *J. Thinking & Reasoning*, 11(4), pp. 382-389.
- Evans, J. St. B. T. (2007), *Hypothetical thinking: Dual Process in reasoning and judgement*, Psychology Press.
- Fazio, R. H., Olson, M. A. (2003), Attitudes: Foundations, functions, and consequences, In M. A. Hogg & J. Cooper (Eds.), *The Sage Handbook of Social Psychology*, Sage, pp. 139-160.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley.
- Fugelsang, J. A., Thompson, V. A., Dunbar, K. N. (2006), Examining the representation of causal knowledge, *THINKING & REASONING*, 12(1), pp. 1-30.
- Jaccard, J., King, G. W. (1977), The Relation Between Behavioral Intentions and Beliefs: A Probabilistic Model, *J. Human Communications Research*, 3(4), pp. 326-334.
- Jaccard, J., Knox, R., Brinberg, D. (1979), Prediction of Behavior From Beliefs: An Extension and Test of a Subjective Probability Model, *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(7), pp. 1239-1248.
- Jacoby, J., Olson, J. C., Haddock, R. A. (1971), Price, Brand Name, and Product Composition Characteristics as Determinants of Perceived Quality, *Journal of Applied Psychology*. 55(6), pp.

570-579.

- Katz, D., Stotland, E. (1959), A preliminary statement to a theory of attitude structure and change, In S. Koch (Ed.), *Psychology: a study of a science*, Vol. 3, Formulations of the person and the social context, McGraw-Hill. pp. 423-475.
- Kardes, F. R., Cronley, M. L., Pontes, M. C., Houghton, D. C. (2001), Down the Garden Path: The role of conditional inference processes in self-persuasion, *Journal of Consumer Psychology*, 11(3), pp. 159-168.
- Kahneman, D., Frederick, S. (2002), Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgement, In T. Gilovich, D. Griffin, & D. Kahneman (Eds.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgement*, Cambridge University Press, pp. 49 - 81.
- MacCorquodale, K., Meehl, P. E. (1948), On a distinction between hypothetical constructs and intervening variables, *Psychological Review*, 55(2), pp. 95-107.
- McGUIRE, W. J. (1960), Cognitive consistency and attitude change, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 60(3), pp. 345-353. (a).
- McGUIRE, W. J. (1960), A syllogistic analysis of cognitive relationships, In C. I. Hovland & M. J. Rosenberg (Eds.), *Attitude organization and change*. New Haven, Yale University Press, pp. 65-111. (b).
- Neys, W. D. (2006), Dual processing in reasoning: two systems but one reasoner, *J. Psychological Science*, 17(5), pp. 428-433.

- Oberauer, K., Weidenfeld, A., Fischer, K. (2007), What makes us believe a conditional? The roles of covariation and causality, *THINKING & REASONING*, 13(4), pp. 340-369.
- Olson, J.C., Jacoby, J.(1972), Cue Utilization in the Quality Perception Process, *Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*, pp. 167-179.
- Rosenberg, M. J., Hovland, C. I. (1960), Cognitive, Affective and Behavioral Components of Attitudes, In Rosenberg, M. J. & Hovland, C. I. (Eds.), *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components*. New Haven, Yale University Press, pp. 1-14.
- Shimp, T.A., Bearden, W.O (1982), Warranty and Other Extrinsic Cue Effects on Consumers' Risk Perceptions, *Journal of Consumer Research*, 9(1), pp 38-46.
- Sloman, S. A. (1996), The empirical case for two systems of reasoning, *Psychological Bulletin*, 119(1), pp. 3-22.
- Stanovich, K. E. (1999), *Who is rational? Studies of individual differences in reasoning*, Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Stanovich, K. E., West, R. F. (2000), Individual difference in reasoning: Implications for the rationality debate?, *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), pp. 645-726.
- Stanovich, K. E. (2004), *The robot's rebellion: Finding meaning the age of Darwin*, Chicago University Press.
- Thompson, V., Evans, J. St. B. T. (2012), Belief bias in informal reasoning, *J. Thinking & Reasoning*, 18(3), pp. 278-310.

Wyer, R. S. (1970), Quantitative prediction of belief and opinion change: A further test of a subjective probability model, *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(4), pp. 559-570.

Wyer, R. S., Goldberg, L. (1970), A probabilistic analysis of the relationships among beliefs and attitudes, *Psychological Review*, 77(2), pp. 100-120.

- 기타 -

국립농산물품질관리원 <http://www.naqs.go.kr>

국립수산물품질관리원 <http://www.nfqs.go.kr>

농림축산식품부 www.mafra.go.kr

농식품정보누리 <http://www.foodnuri.go.kr>

법제처 국가법령정보센터 www.law.go.kr

수산물 이력제 <http://www.fishtrace.go.kr>

식품의약품안전처 www.mfds.go.kr

축산물 이력제 <http://aunit.mtrace.go.kr>

친환경인증관리정보시스템 <http://www.enviagro.go.kr>

통계청 <http://kostat.go.kr>

한국식품안전관리인증원 <https://www.haccpkorea.or.kr>

해양수산부 www.mof.go.kr

<부록 1> 식품인증제도 사전신념 규명을 위한 설문지

※ 설문에 앞서 아래 해당 제도의 법적 정의를 읽고, 등록표시를 확인해 주시길 바랍니다.

귀하는 아래의 인증제도가 적용된 농수산물(또는 해당 등록표시가 부착된 식품)에 대해 어떤 느낌을 받으십니까? 해당되는 번호를 모두 체크해 주시길 바랍니다.

◎ 농산물과 수산물에 적용되고 있는 인증제도의 법적 정의

인증제도	법적 정의	등록표시
친환경인증 (유기식품 또는 유기가공식품)	환경을 보전하고 소비자에게 보다 안전한 농수산물을 공급하기 위해 유기합성 농약과 화학비료 및 사료첨가제등 화학자재를 전혀 사용하지 아니하거나, 최소량 만을 사용하여 생산한 농수산물 및 이러한 농수산물을 원료 또는 재료로 하여 제조·가공·유통되는 식품 인증 ① 영양학적으로 우수할 것이다. () ② 맛이 우수할 것이다. () ③ 생산부터 판매까지의 유통과정이 투명할 것이다. () ④ 환경친화적으로 생산된 제품일 것이다. () ⑤ 위해요소로부터 식품안전성이 확보되어 있을 것이다. () ⑥ 기타 (자유롭게 작성)	 
이력추적시스템	농수산물의 안전성 등에 문제가 발생할 경우 해당 농수산물을 추적하여 원인을 규명하고 필요한 조치를 할 수 있도록 농수산물의 생산단계부터 판매단계까지 각 단계별로 정보를 기록·관리하는 제도 ① 영양학적으로 우수할 것이다. () ② 맛이 우수할 것이다. () ③ 생산부터 판매까지의 유통과정이 투명할 것이다. () ④ 환경친화적으로 생산된 제품일 것이다. () ⑤ 위해요소로부터 식품안전성이 확보되어 있을 것이다. () ⑥ 기타 (자유롭게 작성)	 
HACCP (위해요소중점 관리기준)	식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 자율적이며 체계적이고 효율적인 관리로 식품의 안전성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리체계 ① 영양학적으로 우수할 것이다. () ② 맛이 우수할 것이다. () ③ 생산부터 판매까지의 유통과정이 투명할 것이다. () ④ 환경친화적으로 생산된 제품일 것이다. () ⑤ 위해요소로부터 식품안전성이 확보되어 있을 것이다. () ⑥ 기타 (자유롭게 작성)	

**<부록 2> 농수산물식품 인증제도에 대한 소비자의 신념 및
인증식품 구매의향 조사**

안녕하십니까?

본 설문지는 「**농수산물식품 인증제도 활성화**」를 도모하기 위한 기초자료 수집을 목적으로 우리나라 농수산물식품 인증제도에 대한 소비자의 신념 및 인증식품의 구매의향을 조사하기 위해 실시하는 것입니다.

설문에 응하는 귀하의 개인정보 및 설문내용과 관계되는 모든 사항은 무기명으로 처리되며 절대 비밀이 보장됩니다. 감사합니다.

연구책임자: 국립부경대학교 장영수 교수, 박정아 연구원

A. 인구통계적 질문

1. 귀하의 성별을 표기하여 주세요.

① 남성

② 여성

2. 귀하의 연령을 표기하여 주세요

① 20대

② 30대

③ 40대

④ 50대

⑤ 60대 이상

3. 귀택의 가구원수는 어떻게 되나요?

① 1인 가구(독신)

② 2인

③ 3인

④ 4인

⑤ 5인 이상

4. 귀택의 월 평균 가구소득은 어떻게 되시나요?

① 0 ~ 133만 원 이하

② 134 ~ 256만 원

③ 257 ~ 396만 원

④ 397 ~ 592만 원

⑤ 593만 원 이상

※ 다음 페이지부터는 농수산식품에 부착된 인증마크에 대한 소비자 여러분의 신념과 구매의향을 여쭙보는 질문들이 배치되어 있습니다. 각 문장들이 주장하는 바가 얼마나 타당하다고 생각하시는지 0부터 10까지 동의하는 정도에 체크하여 주시길 바랍니다.

(예시)

질문: ‘유기식품’ 인증마크가 있는 두부는 친환경적으로 생산된 두부이다.

전혀 동의

할 수 없다

보통이다

절대적으로

동의한다

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

B. 식품안전관리인증(HACCP; 해썹) 인증제도에 대한 신념 및 구매의향

식품안전관리인증 HACCP (해썹)		
인증 내용	인증마크	인증표기 상품 (예시)
원료관리 및 제조, 가공, 유통 등의 <u>모든 과정에서 식품이 위해한 물질에 오염되는 것을 방지하기 위한 위생 관리기준을 준수</u>하여 생산된 식품		

1-1. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 두부는 친환경적으로 생산된 두부이다.

전혀 동의
할 수 없다

보통이다

절대적으로
동의한다

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

1-2. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 두부가 친환경적으로 생산된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

1-3. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 두부가 친환경적으로 생산된 두부가 아니라도, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

1-4. 나는 ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2-1. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 조미김은 친환경적으로 생산된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2-2. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 조미김이 친환경적으로 생산된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2-3. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**이 친환경적으로 생산된 **조미김**이 아니라도, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2-4. 나는 ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3-1. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**는 **식품안전성**이 확보된 두부이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3-2. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**가 **식품안전성**이 확보된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3-3. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**가 **식품안전성**이 확보된 **두부**가 아니라도, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

3-4. 나는 ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4-1. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**은 **식품안전성**이 확보된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4-2. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**이 **식품안전성**이 확보된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4-3. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**이 **식품안전성**이 확보된 **조미김**이 아니라도, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4-4. 나는 ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5-1. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**는 제조부터 판매까지 **유통과정의 투명성**이 확보된 두부이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5-2. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**가 유통과정의 투명성이 확보된 두부라면,
나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5-3. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**가 유통과정의 투명성이 확보된 **두부가 아니라도**, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5-4. 나는 ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6-1. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**은 생산부터 판매까지 **유통과정의 투명성**이 확보된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6-2. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**이 유통과정의 투명성이 확보된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6-3. ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**이 유통과정의 투명성이 확보된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6-4. 나는 ‘HACCP(해썹)’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

C. 이력추적시스템에 대한 신념 및 구매의향

이력추적시스템		
인증 내용	인증마크	인증표기 상품 (예시)
농수산물식품 안전사고 발생시 신속한 원인규명과 제품회수를 위해 <u>식품의 생산부터 판매까지 각 단계별로 정보를 기록, 관리</u>하는 제도		

7-1. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**는 **친환경적**으로 생산된 두부이다.

전혀 동의
할 수 없다

보통이다

절대적으로
동의한다

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7-2. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**가 **친환경적**으로 생산된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7-3. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**가 **친환경적**으로 생산된 **두부가 아니라**, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7-4. 나는 ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8-1. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**은 **친환경적**으로 생산된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8-2. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**이 친환경적으로 생산된 조미김이면,
나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8-3. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**이 친환경적으로 생산된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8-4. 나는 ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9-1. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**는 **식품안전성**이 확보된 두부이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9-2. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**가 **식품안전성**이 확보된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9-3. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**가 **식품안전성**이 확보된 **두부가 아니라도**, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

9-4. 나는 ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10-1. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**은 **식품안전성**이 확보된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10-2. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**이 **식품안전성**이 확보된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10-3. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**이 **식품안전성**이 확보된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10-4. 나는 ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11-1. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**는 제조부터 판매까지 **유통과정의 투명성**이 확보된 두부이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11-2. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**가 유통과정의 투명성이 확보된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11-3. ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**가 유통과정의 투명성이 확보된 **두부가 아니라도**, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

11-4. 나는 ‘식품이력추적제’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

12-1. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**은 생산부터 판매까지 **유통과정의 투명성**이 확보된 김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

12-2. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**이 유통과정의 투명성이 확보된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

12-3. ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**이 유통과정의 투명성이 확보된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

12-4. 나는 ‘수산물이력추적제’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

D. 유기식품 인증제도(구, 친환경 농수산물식품 인증제도)에 대한 신념 및 구매의향

유기식품(구, 친환경) 인증제도		
인증 내용	인증마크	인증표기 상품 (예시)
- 농어업 부산물 재활용 등을 통해 <u>생태계와 환경을 유지, 보전하며 생산</u>한 식품 인증 - 농약, 화학비료 등 <u>화학자재의 사용을 제한</u>하여 생산한 식품인증	 	 

13-1. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 두부는 친환경적으로 생산된 두부이다.

전혀 동의
할 수 없다

보통이다

절대적으로
동의한다

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13-2. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 두부가 친환경적으로 생산된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13-3. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 두부가 친환경적으로 생산된 두부가 아니라도, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13-4. 나는 ‘유기식품’ 인증마크가 있는 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14-1. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 조미김은 친환경적으로 생산된 김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14-2. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 조미김이 친환경적으로 생산된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14-3. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 조미김이 친환경적으로 생산된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

14-4. 나는 ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15-1. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**는 **식품안전성**이 확보된 두부이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15-2. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**가 **식품안전성**이 확보된 두부라면, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15-3. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 두부가 **식품안전성**이 확보된 **두부가 아니라도**, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

15-4. 나는 ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16-1. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**은 **식품안전성**이 확보된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16-2. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**이 **식품안전성**이 확보된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16-3. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**이 **식품안전성**이 확보된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

16-4. 나는 ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

17-1. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**는 제조부터 판매까지 **유통과정의 투명성**이 확보된 두부이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

17-2. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**가 유통과정의 투명성이 확보된 두부라면,
나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

17-3. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**가 유통과정의 투명성이 확보된 **두부가 아니라도**, 나는 그 두부를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

17-4. 나는 ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **두부**를 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18-1. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**은 생산부터 판매까지 **유통과정의 투명성**이 확보된 조미김이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18-2. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**이 유통과정의 투명성이 확보된 조미김이라면, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18-3. ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**이 유통과정의 투명성이 확보된 **조미김이 아니라도**, 나는 그 김을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18-4. 나는 ‘유기식품’ 인증마크가 있는 **조미김**을 구매 할 것이다.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

감사의 글

너무 많은 분들의 도움으로 논문을 완성할 수 있었습니다.

먼저 부경대학교 새내기로 입학했을 때부터 박사학위를 받는 지금까지 15년이 넘는 시간 동안 저를 이끌어주신 장영수 교수님께 깊은 감사를 드립니다. 생각이 어리석고 행동이 급한 저를 질책하지 않으시고 인내심으로 기다려주셨고 뒤늦게 다시 공부를 시작한 제가 중도에 포기하지 않도록 언제나 격려해주셨습니다. 제가 박사학위 논문을 완성하고 한 사람의 연구자로서 이 자리까지 올 수 있게 된 것은 교수님이 계셨기에 가능한 일이었습니다.

학부 때부터 저를 지켜봐주시고 응원해주신 또 한분의 스승이신 송정현 교수님. 학위논문 심사과정에서 온화한 표정으로 부족한 부분을 지적해주시고 ‘수고 했다’는 눈빛으로 용기를 북돋아주신 교수님께도 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

제가 학생에서 사회인으로 첫 발을 내딛을 수 있도록 도와주시고 논문심사 단계에서도 중요한 맥락을 꼼꼼하게 짚어주셔서 부족한 글이 어엿한 논문이 될 수 있게 해주신 김도훈 교수님께도 머리 숙여 감사드립니다.

학문에 대한 열정이 가득하신 이상고 교수님, 제자들에 대한 사랑이 남다르신 김병호 교수님, 경제학에 대해 많은 것을 깨닫도록 도움주신 표희동 교수님과 힘든 일이 있을 때마다 저의 든든한 멘토가 되어주셨던 박성쾌 교수님께도 감사드립니다.

바쁘신 와중에도 세심한 논문 심사를 해주신 한국해양수산개발원 정명생 본부장님과 장홍석 박사님 고맙습니다.

한편 대학원 생활 동안 저와 함께 동고동락한 선후배님들에게도 그 동안의 도움에 감사의 뜻을 전합니다.

가진 것도, 잘하는 것도 없는 후배에게 무한한 애정과 조건 없는 사랑을 베풀어 주신 장묘인 선배님. 선배님이 제 옆에 계시다는 것만으로도 저는 너무 행복하고 또 감사합니다.

마지막으로 부족한 딸에게 당신들의 모든 것을 기꺼이 희생하신 부모님을 비롯한 사랑하는 가족들에게 이 논문을 바칩니다.