

소비자의 자연관련 경험과
환경친화성 임산물 구매행동의 관련성
An Investigation into Customers' Behavior
in relation to their Experiences with Nature
- with reference to the case of Environmental Forest Products

윤여창, 설미현*

(서울대학교 농업생명과학대학 산림자원학과)

본 연구는 자연관련 경험과 환경친화적 구매의도 및 환경친화성 구매행동 간에 관련이 있는가를 알아보고 자연관련 경험, 행동관련 및 인구학적 변인들에 따라 환경친화성 임산물 구매행동에 차이가 있는지를 알아보는 것을 목적으로 하였다.

이를 위하여 두 가지 모형을 설정하였는데, 첫 번째는 '자연관련 경험-환경친화적 구매의도-환경친화적 구매행동'이 순차적으로 방향성을 갖고 연결되어 있는 것으로, 각 변인 간의 관계를 알아보았다. 두 번째는 자연관련 경험 변인, 행동관련 변인, 인구학적 변인들에 따른 환경친화성 임산물 구매행동의 차이를 알아보는 것으로, 각 변인들은 제각기 환경친화성 임산물 구매행동과 관련이 있으며, 각 변인들에 따라 환경친화성 임산물 구매행동이 차이가 있는지 알아보았다.

연구수행을 위해 실시했던 구체적인 분석 내용과 방법은 다음과 같다.

첫째, 자연관련 경험-환경친화적 구매의도의 관계를 알아보기 위해 회귀분석을 하였고, 자연관련 경험-환경친화성 임산물 구매 행동 및 환경친화적 구매의도-환경친화성 임산물 구매행동의 관계를 알아보기 위해 로지스틱 회귀분석을 하였다. 그리고, 환경친화성 임산물을 구매한 집단과 구매하지 않은 집단의 추후구매의도를 조사, χ^2 검정으로 검토·비교하여 보았다.

둘째, 자연관련 경험과 행동관련 변인에 따라 환경친화성 임산물 구매행동에 차이가 있는지 알아보기 위해 t-검정을 하였고, 인구학적 변인에 따라 환경친화성 임산물 구매행동에 차이가 있는지 알아보기 위해 χ^2 검정을 하였다.

연구를 통해 다음과 같은 결과를 얻었다.

첫째, 자연관련 경험은 환경친화적 구매의도에, 환경친화적 구매의도는 환경친화성 임산물 구매행동에 각각 영향력을 미친다. 또 자연관련 경험은 환경친화성 임산물 구매행동에 직접 영향력을 미치기도 하는데, 이것은 환경친화적 구매의도가 환경친화성 임산물 구매행동에 미치는 영향력보다는 약한 편이다.

둘째, 과거의 환경친화성 임산물 구매유무에 따라 추후 구매의도가 달라진다.

셋째, 환경친화성 임산물 구매집단과 비구매집단 간에 자연관련 경험에 따른 차이가 대체로 있다. 단, 이 때 재생용지 구매집단과 비구매집단 간에는 간접경험과 소년경험에 한해서만 차이가 있었다. 자연산 버섯 및 목재 가구나 집 구매집단과 비구매집단 간에는 모든 세분화된 자연관련 경험에 걸쳐 차이가 있었다.

넷째, 행동관련 변인 중 환경감수성과 의사결정 통제성향에 따라 소비자의 환경친화성 임산물 구매행동에 차이가 있다. 또, 재생용지 구매집단과 비구매집단 간에 지식을 제외한 태도, 감수성, 통제성향, 기능이, 자연산 버섯 구매집단과 비구매집단 간에 감수성, 통제성향, 지식이, 목재 가구나 집 구매집단과 비구매집단 간에 모든 행동관련 변인의 차이가 있었다.

다섯째, 인구학적 변인 중 직업, 결혼여부, 소득, 연령, 교육수준, 성별에 따라 환경친화성 임산물 구매행동에 차이가 있다. 이 때, 공통적으로 직업에 따라 모든 환경친화성 임산물 구매행동에 차이가 있었다. 또, 재생용지에서는 학생, 전문·자유직, 경영직, 가정주부가, 자연산 버섯에서는 가정주부가, 목재 가구나 집에서는 자영업자가 각각의 상품을 많이 구매함을 알 수 있었다. 부분적으로 기혼자가 미혼자보다, 중산층이나 고소득층이 저소득층보다 자연산 버섯과 목재 가구나 집을 많이 구매함을 알 수 있었고, 중년층이 청·장년층보다, 저학력층이 고학력층보다 자연산 버섯을, 남자가 여자보다 목재 가구나 집을 많이 구매함을 알 수 있었다.

결론적으로 자연관련 경험은 환경친화적 구매행동에 영향력을 미치는 한편, 소비자들은 그들의 자연관련 경험의 많고 적음에 따라 환경친화성 임산물 구매행동이 다르다고 할 수 있다.