

라이프스타일에 따른 웰빙지향 식품 구매행동 및 소비만족도

한 성 희(상명대학교 강사)

본 연구의 목적은 기혼여성의 라이프스타일 유형에 따른 웰빙지향 식품 구매행동과 소비만족도를 분석함으로써 기존의 사회인구학적 요인에 의한 분석을 확대하여 소비자의 요구와 소비만족도를 높일 수 있는 보다 구체적인 데이터를 제공하고자 함이다. 본 연구의 결과는 소비자와 기업 간의 커뮤니케이션을 원활하게 하여 웰빙지향 식품 소비시장에 대한 이해를 도모하는데 기여할 수 있다. 연구대상은 서울과 수도권지역의 20-50대 기혼여성이며 2009년 1월14일부터 2월5일까지 23일간 설문조사를 실시하여 최종 369부의 자료를 수집하였다. 웰빙지향 라이프스타일은 김병숙(2006)과 허경옥(2007)의 연구를 참고하여 건강, 환경, 가족 등에 대한 내용으로 구성하였다. 최종적으로 본 연구의 설문조사에서 사용된 라이프스타일 변수는 25문항이며 5점 리커트 척도로 측정되었다. 웰빙지향 식품의 구매행동은 문수정, 정순희(2008)의 연구를 참고하였으며 구매목적, 구매장소, 구매빈도 등으로 구성하였다. 소비만족은 이형탁, 배주영(2008)의 연구를 참고하여 제품, 건강성, 신뢰성, 유통·관리를 제시하였다. 자료 분석방법은 SPSS 15.0 프로그램을 이용하였으며, 빈도와 백분율, Cronbach's α 계수, 요인분석, 상관관계분석, 분산분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 라이프스타일을 유형화시키기 위하여 요인분석한 결과, 건강, 유행, 가족, 환경, 자아표현지향 라이프스타일로 5개의 요인이 추출되었다. 각 요인의 Cronbach's α 값은 .63이상으로 나타났다. 웰빙지향 식품에 구매행동에 대한 요인별 집단 간 차이를 보면, 건강지향 라이프스타일인 경우 웰빙지향 식품 관련 정보를 가족과 친지, 그리고 이웃을 통해서, 자아표현 라이프스타일인 경우에는 신문기사와 잡지, 그리고 서적을 통해서 가장 많이 얻고 있었다. 또한, 건강지향과 가족지향 라이프스타일인 경우 웰빙지향 식품의 구매빈도와 구매액이 보다 높게 나타났다. 둘째, 웰빙지향 식품에 대한 선호도는 건강지향, 가족지향, 환경지향 라이프스타일인 경우 높았고 이러한 라이프스타일을 보일수록 웰빙지향 식품을 지속적으로 구매하고자 하였다. 셋째, 라이프스타일에 따른 웰빙지향 식품의 중요도는 건강지향 라이프스타일인 경우 제품과 건강성을, 환경지향 라이프스타일인 경우 제품과 유통·관리를 중요시 하는 것으로 나타났다. 웰빙지향 식품의 소비만족도 하위영역인 제품만족도와 건강성 만족도에 유의한 영향을 미친 요인은 환경지향과 자아표현지향 라이프스타일이었다. 이는 기혼여성소비자의 라이프스타일이 웰빙지향 식품의 소비만족에 영향을 미칠 수 있음을 확인할 수 있는 결과이다. 본 연구결과, 소비자의 웰빙지향 식품 구매행동과 소비만족도는 라이프스타일에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히, 정보탐색 시 활용하는 정보원과 구매빈도는 라이프스타일에 따라 차이가 있었다. 따라서 기업은 소비자의 라이프스타일에 대한 이해를 바탕으로 소비자가 원하는 정보를 효율적으로 전달할 수 있도록 하여야 할 것이다. 또한 기혼여성은 가족과 함께 환경을 고려하는 라이프스타일을 보였다. 특히, 환경지향 라이프스타일은 웰빙지향 식품에 대한 소비만족도에도 유의한 영향을 미치는 요인이었다. 따라서 가족과 환경을 함께 생각하는 보다 사회적인 웰빙을 지향하는 웰빙식품에 대한 정보전달이 필요할 것으로 보인다.