

# 계획된 행동이론(TPB)을 이용한 소비자의 대체육 구매의도에 관한 연구

김원빈<sup>a</sup> · 안주영<sup>a</sup> · 엄지범<sup>b\*</sup>

<sup>a</sup>순천대학교 농업경제학과 석사과정 (전라남도 순천시 중앙로 255)

<sup>b</sup>순천대학교 농업경제학과 조교수 (전라남도 순천시 중앙로 255)

## A Study of Consumers' Intentions to Purchase Alternative Meats Using the Theory of Planned Behavior

Won-Bin Kim<sup>a</sup> · Ju-Young An<sup>a</sup> · Ji-Bum Um<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Master Student, Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, Korea

<sup>b</sup>Assistant Professor, Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, Korea

### Abstract

Based on the theory of planned behavior, this study aims to examine the structural equation model among consumers' concerns and purchase intentions for alternative meats. Data were collected from 300 adults living in Gyeonggi Province. Results show that animal welfare, environmental concern, and health concern all have a direct and significant effect on purchase intention of alternative meat, and the mediation effect is also significant, indicating a partial mediation effect. The image of a company as caring about animal welfare and contributing to public causes can help sell alternative meats. Media publicity focusing on animal welfare for alternative meats can improve the attitudes of domestic consumers as well as their intention to purchase alternative meat products.

**Key words:** theory of planned behavior, alternative meats, intention to purchase, consumers' concerns, consumer behavior, mediation effect

## 1. 서론

유엔식량농업기구(FAO)에 따르면 세계 인구는 매년 0.6% 증가하여 2050년에는 92억 명이 될 것으로 예측된다. 'OECD-FAO 농업 전망 2021-2030 육류'에서는 2030년 세계 육류 소비량이 기준연도(2018-2020년) 대비 14% 증가할 것으로 예측하였다. 한국농촌경제연구원 '2023 농업전망'에 따르면 3대 육류(돼지고기, 소고기, 닭고기) 국내 1인당 소비량은 2022년 58.4kg으로 2002년과 비교하면 연평균 2.8%씩 증가하였다. 이처럼 인구 증가와 소득 증가로 인해 육류 소비량은 매년 증가하

고 있다. 최근 지구온난화의 심각성으로 국내외에서 기후변화의 대응으로 탄소중립이 요구되고 있으며, 탄소배출 저감을 위한 움직임은 농산업을 포함한 모든 분야에서 진행되고 있다. 축산부문이 온실가스 배출량 중 큰 비중을 차지하지는 않지만, 환경부에 따르면 2020년 국내 온실가스 총배출량 중 축산부문은 약 1.5%(973만 톤)를 차지하고 있다.

이러한 지속적인 인구 증가로 인한 육류 소비 증가, 기후변화에 대한 문제를 해결하기 위해 대체육 시장이 주목받고 있다. 대체육은 소, 돼지, 닭 등의 육류를 대체하는 식품을 의미하며, 최근 다양한 제품들이 출시되고 있다. 대체육은 육류 대체품으

주요어: 계획된 행동이론, 대체육, 구매의도, 소비자 관심, 소비자 행동, 동물복지

\* 교신저자(엄지범) 전화: 061-750-3271, e-mail: umjibum@snu.ac.kr

로 고기 같은 맛과 모양을 갖춘 제품(Zorpette, 2013)으로 식물성 대체육, 식용곤충, 세포 기반 배양육 3종류로 크게 구분된다. 그 중 일반적인 대체육은 식물성 대체육으로 콩단백, 밀 글루텐 등 식물 기반 단백질 및 향신료의 조합으로 제조된 제품이다. 국내 대체육 시장은 건강, 환경, 윤리적인 우려 등 개인의 신념을 기반으로 한 소비자의 가치소비로 인해 상승세를 보인다(IPET, 2022). 사회적 가치를 고려하는 소비가 증가함에 따라 소비자의 환경관심, 동물복지, 건강관심이 대체육에 대한 태도와 구매의도에 미치는 영향을 파악할 필요가 있다.

대체육 관련 선행연구는 소비 측면(심은미, 박기홍, 이동규, & 신선호, 2022; 안소현, & 황조혜, 2020; Chen, 2022; Dupont, Harms, & Fiebelkorn, 2022; Marcus, Lehmann, & Hartmann, 2022; Shen, & Chen, 2020; Stollar et al., 2022)과 식품 개발 및 영양측면(강혜연, 이보라, & 정라나, 2021; 전용희, 구분재, & 류기형, 2022; 조선영, & 류기형, 2022; 최현우, & 류기형, 2022) 두 가지 측면으로 연구가 진행되고 있다.

식품 개발 및 영양측면 선행연구 중 강혜연, 이보라, & 정라나(2021)는 다짐육 형태의 소고기, 돼지고기, 대체육을 사용한 완자를 비교하여 기계적 품질특성과 소비자 기호도를 조사하였다. 전용희, 구분재, & 류기형(2022)은 효모 함량에 따른 대체육의 이화학적 특성에 대해 비교 분석하였다.

소비 측면 선행연구 중 Dupont, Harms, & Fiebelkorn(2022)은 TPB 모델을 이용하여 독일 배양육과 배양육 버거 소비에 미치는 요인들을 파악하였다. 인지된 행동이 배양육 소비에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 배양육과 기존 육류의 차이점에 초점을 맞추지 않고 유사점을 강조해야 한다고 제시하였다. Stollar et al.(2022)는 로지스틱 회귀 분석을 통해 일반 육류, 식물성 고기, 배양육 구매의도에 미치는 요인들을 분석하였다. 일반 육류는 주관적 규범이 가장 큰 영향을 미쳤으며, 식물성 고기와 배양육은 태도가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 안소현, & 황조혜(2020)는 대체육을 식물육과 배양육으로 구분하여 소비자의 지각된 혜택의 차이와 인종라벨 유무에 따른 지각된 혜택의 차이를 검증하였는데 대체육 유형 중 식물육이 혜택을 더 높게 지각한다고 제시하였다. 심은미, 박기홍, 이동규, & 신선호(2022)는 식물성 대체육 식품에 대한 개인 소비가치(기능적, 환경적, 윤리적)가 긍정적 태도와 구매의도에 미치는 영향을 실증분석 하였다.

국내 대체육에 대한 연구는 개발 측면에 초점이 맞춰져 있어 소비자의 대체육 구매의도 파악에 관한 연구는 미비한 실정이다. 선행연구에서 소비자의 대체육 구매경험과 구매의향은 약

50%인 것으로 확인되고 이는 단순 인식조사에 그쳐 심도있는 실증분석이 필요하다(박미성, 박시현, & 이용선, 2020; 이성숙, 2022). 다수의 구매의도에 관한 선행연구는 국외 문헌으로 해외 소비자의 구매의도를 파악한 것이기에 국내 소비자와 일치한다고 볼 수 없다. 그렇기에 국내 소비자를 대상으로 구매의도를 파악하는 연구가 필요하다. 식품 소비는 다양한 요인의 영향을 받는 복합적인 과정이다(Magnusson, Arvola, Hursti, Åberg, & Sjöden, 2003). 따라서 본 연구에서는 소비자 구매의도 요인을 설명할 수 있는 주된 이론인 계획된 행동이론을 바탕으로 소비자의 관심(환경관심, 동물복지, 건강관심)을 고려하여 대체육 구매 의도에 미치는 요인을 분석하고자 하고자 한다. 소비자의 대체육 구매 의도에 유의한 변수를 확인하며, 이는 대체육 판매 활성화 및 시장 확보 방안을 위한 기초자료를 제공할 것으로 판단된다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 대체육 시장 현황

한국농수산식품유통공사에 따르면 국내 대체육의 시장 규모는 2023년 약 2,030만 달러이며, 해외를 포함한 세계 시장 규모는 87억 7,020만 달러이다. 2025년 국내 대체육 시장의 성장 규모는 2,260만 달러로 성장할 것으로 전망한다.

소비 흐름에 따른 소비자의 관심 증가로 인해 대체육의 기술 개발 등 지속 가능한 미래 먹거리를 활용하기 위한 정부의 정책적 지원이 이루어지고 있다. 국내 대체육 시장에 연구·개발 투자는 2016년 식용곤충을 시작으로 식물성 대체육, 배양육 순으로 순차적으로 이루어지고 있다. 2020년 기준 배양육의 정부 연구비는 1,532백만 원, 식물성 대체육은 747백만 원, 식용곤충은 2,292백만 원으로 총 39개의 연구과제가 진행되었으며, R&D 과제는 공공기관, 민간 모두에서 진행되지만, 주 연구 수행 주체는 대학의 수행 비중이 가장 높다(윤성용, 조해주, & 이경본, 2021).

대체육 산업의 활성화를 위해 국내에서는 제3차 농림식품과 학기술 육성 종합계획(2020~2024)과 제3차 혁신성장전략회의 안전인 그린바이오 융합형 신사업 육성방안(관계부처 합동, 2020)에서 대체육을 주요 유망 산업으로 선정 후 기술개발을 위한 R&D 산업에 집중적으로 투자하고 있다. 대체육 중 식용곤충은 농림축산식품부에서 2011년부터 진행한 제2차 곤충산업육성 5개년 종합계획에 이어 제2차 곤충산업육성 5개년 계획(16~22

년)을 발표하여 제품 다양화 및 산업기반 구축을 지원하고 있다.

대체육 중 국내 배양육 산업의 대표적인 기업은 셀O트, 디O 그린, 씨O드, 노O바이오텍이 있으며, 초기 투자 단계로 기술을 연구·개발 중이다. 식물성 대체육은 종교적인 이유로 시작한 삼O식품, 베O푸드와 같은 비건 식품 제조사와 오O기, 농O, 폴O원 등 비건에 대한 긍정적인 인식 증가에 따른 주요 식품 제조업체가 주를 이룬다. 또한 국내 식품 산업에서 식물성 대체육은 2020년 이후 커피 프랜차이즈와 패스트푸드를 중심으로 대체육 메뉴를 선보이며, 소비자와 접근성을 높이기 위해 비건 레스토랑을 오픈하는 추세이다.<sup>1)</sup> 마지막 종류인 식용곤충은 국내에서 9종의 곤충을 중심으로 식품 원료로 활용하고 있으며, 소비자들의 인식 전환을 위해 요리대회 개최, 체험농장 교육 프로그램 등을 운영하고 있다.

## 2.2. 계획된 행동이론 (TPB)

계획된 행동이론은 온전히 개인의 의지를 기반으로 한 합리적 행동이론(theory of rational action)의 한계를 보완해 등장한 발전적인 모델이다. 합리적 행동이론은 개인이 행동 전 결과의 합리성에 대한 판단을 한 후 이 판단에 영향을 받아 행동을 결정한다(홍희연, 문정훈, 유철우, & 최영찬, 2008). 개인은 특정 행동에 대한 긍정적 혹은 부정적인 태도와 본인에게 영향을 주는 주변 사람들이 그 행동을 인정할 때(주관적 규범), 해당 행위의 의도가 높아진다는 것이다(유동숙, & 홍경완, 2017). 그러나 특정 행동의 경우 개인의 이성 외 외부적 요인인 변수는 설명하지 못한다는 한계가 있다(Ajzen, 1991). 개인의 행동에는 수많은 내적, 외적 요인들의 영향을 받기에, Ajzen(1991)은 기존 태도와 주관적 규범만을 고려한 합리적 행동이론에 지각된 행동통제를 추가하여 개인의 의지뿐만 아니라 외적 요인이 개인의 행동에 미치는 영향을 고려하였다. 계획된 행동이론은 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 세 가지의 변수와 특성 행동에 대한 개인의 실제 행동 수행의 인과관계를 설명하는 데 사용되고 있다.

### 2.2.1. 태도

태도는 특정 대상이나 행위에 대한 개인의 긍정적 혹은 부정

1) 서울시는 2020년 기준 8만 개 이상의 음식점 중 1%가 조금 넘는 973개의 음식점의 메뉴에서 채식주의자 옵션이 있으며, 도O노 피자, 서O웨이, 롯O리아 등 프랜차이즈를 중심으로 식물성 대체육 메뉴를 선보임

적인 반응으로 정의한다(Ajzen, & Fishbein, 1975). 이는 개인이 처해있는 환경에 의해 학습된 후천적인 성향으로 대상이나 행위에 대해 행동하는 데 영향을 끼친다. 박명은, & 유소이(2019)의 소비자의 식생활 라이프스타일을 중심으로 유기농 식품에 대한 선택 특성을 분석한 연구에서 태도는 구매의도와 의 관계에서 혁신성에 영향을 미친다고 보고 있다. 이는 혁신성이 높은 소비자일수록 구매의도에 정(+)<sup>2)</sup>의 관계를 갖는 것으로 나타났다. 또한 다수의 대체육 선행연구에서 소비자의 대체육 구매의도에 관한 연구 중 태도가 영향을 미치는 것으로 확인된다(Spence, Stancu, Elliott, & Dean, 2018; Stollar et al., 2022). 이는 해외 소비자의 태도와 구매의도 관계 파악한 것으로 국내 소비자와 일치한다고 볼 수 없기에 대체육에 대해 국내 소비자를 대상으로 태도와 구매의도 관계를 알아볼 필요가 있다. 이에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 대체육에 대한 태도는 구매의도에 정(+)<sup>2)</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.2.2. 주관적 규범

Ajzen(1991)은 주관적 규범을 사회로부터 특정 행동을 수행하도록 하는 압력이나 영향력으로 정의하였다. 이는 개인의 특정 대상이나 행위에 대한 행동이 주변 사람, 환경에 영향을 받는다고 할 수 있다. 이민수(2019)는 로컬푸드와 대형마트 소비자를 구매 영향 요인에 대해 분석을 진행하였으며, 로컬푸드 이용자가 주관적 규범이 더 높다는 연구 결과를 확인했다. Dupont, Harms, & Fiebelkorn(2022)은 독일 소비자들을 대상으로 배양육 식품의 구매 의도에 주관적 규범이 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 위 연구는 Onwezen, Bouwman, Reinders, & Dagevos(2021)의 연구 결과인 주관적 규범이 소비자가 배양육뿐만 아니라 생선, 해조류, 곤충으로 만든 햄버거를 소비할 의향에 가장 강력한 영향을 미친다는 주장을 뒷받침하는 결과이기도 하다. 이처럼 주관적 규범은 개인의 신념과 달라도 특정 행동에 영향을 끼칠 수 있는 사회적 압력을 뜻하기에 구매의도를 파악하는데 중요하게 사용되고 있다. 따라서 본 연구에서는 주관적 규범과 대체육 구매의도를 파악하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 대체육에 대한 주관적 규범은 구매의도에 정(+)<sup>2)</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.2.3. 지각된 행동통제

지각된 행동통제는 합리적 행동이론의 한계로 인해 추가된 변수로 특정 상황에서 시간, 경제적 상황 등 외부적 요인을 고려한 개인의 통제력으로 정의하였다(박희량, & 한덕웅, 2006). 이는 외부적 요인에 대한 지각 정도라고도 할 수 있으며, 다수의 국내의 선행연구를 통해 소비자의 구매의도에는 지각된 행동통제가 영향을 미치는 것을 볼 수 있다(박명은, & 유소이, 2019; 이민수, 2019; Chen, 2022; Giampietri, Verneau, Giudice, Carfora, & Finco, 2018). 본 연구는 국내 소비자의 지각된 행동통제가 대체육 구매의도에 미치는 영향을 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3 : 대체육에 대한 지각된 행동통제는 구매의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.3. 계획된 행동이론의 확장 (ETPB)

확장된 계획된 행동이론(ETPB)은 기존 개인의 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 이외의 연구에 필요한 변수를 추가하여 행동의도를 예측하는 이론으로, 추가적인 변수를 도입하여 TPB 모형의 설명력이 강화할 수 있는 계획된 행동이론을 확장 및 수정한 이론이다(조수현, 2019). 본 연구에서는 국내 소비자의 대체육 구매의도에 대한 태도를 확인하기 위해 계획된 행동이론에 동물복지, 환경관심, 건강관심 3가지 변수를 추가하여 이론을 확장했다.

대체육뿐만 아니라 전반적인 대체식품 시장에 대한 국내 선행연구와 보고서를 살펴보면 기후변화로 인한 환경관심, 소비자들의 가치소비에 대한 관심 증가로 인해 가축 사육 방식 등 윤리적 문제해결에 대한 동물복지 관심도, 혹은 개인의 건강 관심도 증가에 따른 건강관심이 대체육의 인지 정도와 시장 확대에 영향을 주며, 대체육 구매의향이나 수용의향을 동물복지, 건강, 환경 변수를 이용하여 분석하였다(농림식품기술기획평가원, 2022; 변승연, & 유도일, 2022; 심은미, 이보순, & 이승후, 2023; Bonnet, Bouamra-Mechemache, Requillart, & Treich 2020; Cembalo et al., 2016; Estell, Hughes, & Grafenauer, 2021; Graca, Godinho, & Truninger, 2019; Hartmann, & Siegrist, 2017; Joseph, Searing, Watson, & McKeague, 2020). Marcus, Lehmann, & Hartmann(2022)는 독일 소비자의 대체육 구매의도를 동물복지, 환경 및 건강 문제라는 세 가지 변수를 추가해

확장된 계획된 행동이론 이용하여 분석하였으며, 동물복지와 건강문제가 구매의도에 영향을 끼친다고 파악하였다. 또한 Bryant, Nek, & Rolland(2020)은 유럽의 배양육 시장의 수용 요인을 분석하는데 동물복지, 환경, 식품 안전(건강)의 측면에서 분석하였다.

대체육은 환경문제에 대응하기 위한 지속 가능한 먹거리로 기술개발과 시장 확대를 위한 정책들이 진행 중이라는 점에서 동물복지, 환경, 건강에 대한 소비자의 관심이 구매의도에 있어 중요한 요인일 것으로 판단된다.

따라서 본 연구에서는 국내의 선행연구와 기관 보고서를 바탕으로 계획된 행동이론 변수에 동물복지, 건강관심, 환경관심을 추가하여 확장된 계획된 행동이론을 이용하여 국내 소비자의 대체육 구매의도를 파악하고자 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H4-1 : 동물복지에 대한 높은 관심은 대체육의 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4-2 : 동물복지에 대한 높은 관심은 대체육의 구매의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5-1 : 환경관심에 대한 높은 관심은 대체육의 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

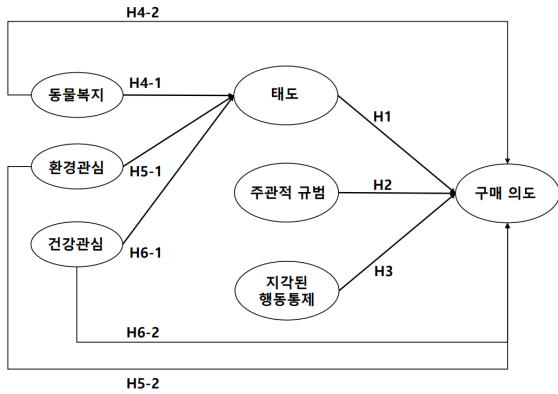
H5-2 : 환경관심에 대한 높은 관심은 대체육의 구매의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6-1 : 건강관심에 대한 높은 관심은 대체육의 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6-2 : 건강관심에 대한 높은 관심은 대체육의 구매의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2.4. 연구모형

계획된 행동이론을 바탕으로 동물복지, 건강관심, 환경관심을 추가하여 확장된 계획된 행동이론을 이용하여 국내 소비자의 대체육 구매의도를 파악하고자 하였다. 본 연구에서 제시한 가설에 근거하여 본 연구의 모형은 <그림 1>과 같이 표현하였다. 연구모형에서 제시한 바와 같이 대체육에 대한 동물복지, 환경관심, 건강관심은 대체육에 대한 태도에 유의한 영향을 미칠 것으로 예상된다. 다음으로 동물복지, 환경관심, 건강관심, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 대체육에 대한 구매의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.



〈그림 1〉 연구 모형

### 3. 연구방법

#### 3.1. 자료수집 방법

본 연구는 대체육 구매의도에 대한 소비자 특성 분석에 필요한 자료를 수집하기 위해 온라인 전문 설문 기관을 이용하여 설문 조사를 실시하였다. 설문 기관에서 보유하고 있는 패널을 활용하여 경기도 지역 20세 이상 성인을 대상으로 성별, 나이 비율을 맞추어 진행하였다. 조사 기간은 2023년 6월 10일부터 16일까지

총 7일간 진행되었으며, 총 300부가 분석에 사용되었다.

#### 3.2. 분석 방법

본 연구에서는 SPSS 24.0, AMOS 27.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 소비자 대체육 구매 행동에 관한 모든 항목을 AMOS를 이용한 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 신뢰도 분석, 수렴타당도, 상관관계 분석을 통해 타당성과 신뢰성을 검증하였다. 변수들의 유의적인 영향 관계를 설명하기 위하여 구조방정식모형(SEM) 분석을 통해 변수 간의 인과관계를 파악하여 연구모형의 가설을 검증하고 구조모형 분석과 매개효과를 검증하였다.

#### 3.3. 변수 측정

각 변수의 측정 항목은 계획된 행동이론(TPB)을 바탕으로 Madden et al.(1992)의 항목을 이용하여 5점 리커트 척도로 측정하였다(표 1). 본 연구에서 사용된 계획된 행동이론 확장(ETPB) 측정항목 동물복지, 환경관심, 건강관심은 해외 선행연구를 참고하여 항목을 재구성하였다(Cembalo et al., 2016; Marcus, Lehmann, & Hartmann, 2022; Shen, & Chen, 2020).

〈표 1〉 변수의 측정항목

변수	측정항목		근거
태도 (AT)	1	대체육을 구매하는 것은 매우 유익함	Madden et al. (1992) 박명은, & 유소이 (2019)
	2	대체육을 구매하는 것은 가치 있는 행동임	
	3	대체육을 사면 나에게 좋은 결과를 가져올 것임	
	4	대체육을 구매하는 것은 매우 바람직함	
	5	대체육을 구매하는 것은 매우 필요한 행동임	
주관적 규범 (SN)	1	주변 사람들은 내가 대체육을 구매하는 것을 찬성할 것임	
	2	주변 사람들은 내가 대체육을 구매하는 것을 긍정적으로 생각할 것임	
	3	주변 사람들은 대체육의 가치를 인정할 것임	
	4	주변 사람들은 내가 대체육을 구매하는 것을 바람직하다고 생각할 것임	
	5	나의 주변 사람들은 내가 대체육을 구매하는 것을 이해할 것임	
지각된 행동통제 (PC)	1	원한다면 얼마든지 대체육을 구매할 수 있음	
	2	대체육을 구매할 경제력이 있음	
	3	대체육을 구매할 수 있는 시간이 있음	
	4	대체육 구입 여부는 나의 선택임	
	5	대체육을 구매할 여유가 있음	
구매의도 (BI)	1	나는 대체육을 구매할 것임	
	2	나는 대체육을 계속 구매할 의사가 있음	
	3	나는 대체육을 구매하기 위해 노력할 것임	
	4	나는 대체육이 일반 육류보다 비싸더라도 구매할 것임	
	5	주변 사람들에게도 대체육을 권장할 것임	

변수	측정항목		근거
동물복지 (AC)	1	대체육을 동물 복지 때문에 구매할 것임	Cembalo et al. (2016)
	2	대체육은 동물 복지 문제에 도움을 준다고 생각함	
	3	평소 주변사람들과 동물복지에 대한 이야기를 나눔	
	4	나는 평소 동물복지에 관심이 많음	
	5	나는 동물복지 문제가 심각하다고 생각함	
환경관심 (EC)	1	대체육을 환경 문제 때문에 구매할 것임	Shen, & Chen (2020)
	2	대체육은 환경 문제에 도움을 준다고 생각함	
	3	평소 주변사람들과 환경문제에 대한 이야기를 나눔	
	4	나는 평소 환경문제에 관심이 많음	
	5	나는 환경문제가 심각하다고 생각함	
건강관심 (HC)	1	나는 건강을 위해 식습관을 조절함	Marcus, Lehmann, & Hartmann (2022)
	2	나는 내 건강에 대해 관심이 많음	
	3	나는 식품을 구매할 때 식품 영양성분을 고려함	
	4	나는 대체육이 건강식품이라고 생각함	
	5	나는 건강에 관심이 많아서 대체육을 구매할 것임	

## 4. 분석결과

### 4.1. 인구통계학적 특성

본 연구의 분석에 활용된 총 300개의 표본 대상의 인구통계학적 특성은 <표 2>와 같다. 조사를 성별 연령 비율에 맞추어 설정하여 성별의 남성 50%, 여성 50%로 나타났으며, 연령도 모두 비슷하게 나타났으나 50대가 22.7%로 가장 높게 나타났다. 최종학력은 대학교 졸업이 69.7%로 가장 높게 나타났다. 연간소득은 2,000만 원 이상 4,000만 원 미만인 31.3%로 가장 높게 나타났다. 혼인 여부는 64.7%는 기혼 35.3% 미혼으로 나타났으며, 직업은 회사원이 47.7%로 가장 높게 나타났다.

### 4.2. 확인적 요인분석 결과

본 연구에서는 적합도 평가 지수의 기준이 확립된 CFI, TLI, RMSEA를 통해 모형의 적합도를 평가하였다<표 3>. 증분적합 지수 중 CFI 값 및 TLI 값이 클수록 모형의 적합도가 좋은 것으로 판단하며, 0.9 이상이면 좋은 적합도로 해석한다. RMSEA 값은 작을수록 좋은 적합도로 해석된다. RMSEA < 0.10이면 보통 적합도로 해석한다. 확인적 요인 분석 결과 초기 측정모형의 적합도가 적합하지 않은 것으로 확인되어 표준화된 요인적재량이 0.5 미만인 측정변수와 SMC가 0.4 미만인 측정변수를 제거하였다<sup>2)</sup>.

2) 관측변수 : AT2, PC1, PC4, AC2, EC3, EC4, EC5, HC1, HC2, HC3, 잠재변수 : SN(주관적 규범)

최종 측정모형의 적합도는  $\chi^2=396.692(p<.001)$ , TLI=0.935, CFI=0.947, RMSEA=0.072로 나타나 모형이 적합한 것으로 확인되었다. 확인적 요인분석을 통해 각 관측변수가 잠재변수를 반영하는지를 파악하였으며 관측변수들의 요인 부하량을 확인한 결과, 표와 같이 관측변수에서 잠재변수에 이르는 경로는 유의수준 .001에서 모두 유의한 것으로 나타났다. 그리고 표준화 경로 계수( $\beta$ )가 0.5 이상으로 나타나 개념 타당도를 만족하였다.

신뢰도 검증이란 동일한 개념에 대해 측정을 반복했을 경우 동일한 측정값을 얻을 가능성이 있는지 알아보는 것을 의미한다. Cronbach's Alpha 검증 결과가 0.6 이상일 경우 신뢰도가 있다고 판단할 수 있으며, 측정 결과 잠재변수 모두 0.7 이상의 높은 신뢰도를 보였다.

본 연구는 수렴타당도와 판별타당도를 확인하기 위해 개념 신뢰도와 평균분산추출값을 이용하였다. 수렴타당도는 동일개념을 측정하는 복수 문항들이 일치하는가를 검증하는 것을 의미한다. 수렴타당도는 개념신뢰도 0.7 이상, 평균분산추출값 0.5 이상이면 높다는 것을 의미한다. 변수에 대한 개념신뢰도와 평균분산추출값을 측정한 결과 개념신뢰도와 평균분산추출값이 기준값 이상으로 나타났다<표 4>.

상관분석의 상관계수는 -1~+1 사이의 값을 가지며 0에 가까울수록 두 변수 간의 선형관계가 없는 것으로 나타난다. Pearson 상관분석의 결과 변수 간의 상관관계는 모두 (+) 양의 관계로 나타났으며, 0.01 수준에서 유의하게 나타났다. Fornell, & Larcker(1981)은 판별타당성의 기준은 구성개념 상관관계 제곱이 AVE 값보다 작아야 한다고 제시하였다. 판별타당성 확인

결과 상관관계 계수 값보다 AVE 값이 크게 나타나 판별타당도가 충족함을 확인하였다.

〈표 2〉 표본 대상의 인구 통계적 특성

(N=300)

구분		비율(%)	구분		비율(%)	
성별	남	150(50.0)	연간소득 (2022년)	2,000만원 미만	59(19.7)	
	여	150(50.0)		2,000만원 - 4,000만원	94(31.3)	
	합계	300(100.0)		4,000만원 - 6,000만원	74(24.7)	
연령	만20-29세	54(18.0)		6,000만원 - 8,000만원	43(14.3)	
	만30-39세	57(19.0)		8,000만원 - 1억원	14(4.7)	
	만40-49세	66(22.0)		1억이상	16(5.3)	
	만50-59세	68(22.7)		합계	300(100.0)	
	만60-69세	55(18.3)		혼인 여부	미혼	106(35.3)
	합계	300(100.0)			기혼	194(64.7)
	합계	300(100.0)			합계	300(100.0)
최종 학력	중졸 이하	1(0.3)	직업	회사원	143(47.7)	
	고졸	53(17.7)		주부	49(16.3)	
	대학교 졸업	209(69.7)		전문직(자유직)	44(14.7)	
	대학원 이상	37(12.3)		학생	21(7.0)	
	합계	300(100.0)		자영업/사업	28(9.3)	
				기타	15(5.0)	
		합계		300(100.0)		

〈표 3〉 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

변수	Estimate		S.E.	C.R	Cronbach's Alpha	
	B	$\beta$				
AT	AT-1	1	0.745		0.894	
	AT-3	1.299	0.843	0.087		14.862***
	AT-4	1.232	0.854	0.082		15.071***
	AT-5	1.351	0.866	0.088		15.301***
PC	PC-2	1	0.856		0.733	
	PC-3	0.856	0.751	0.059		14.501***
	PC-5	1.092	0.882	0.064		17.055***
BI	BI-1	1	0.882		0.972	
	BI-2	1.078	0.912	0.046		23.603***
	BI-3	1.036	0.847	0.051		20.198***
	BI-4	0.936	0.773	0.055		17.063***
	BI-5	1.039	0.834	0.053		19.564***
AC	AC-1	1	0.754		0.859	
	AC-3	1.091	0.801	0.080		13.622***
	AC-4	1.107	0.820	0.079		13.932***
	AC-5	0.957	0.744	0.076		12.619***
EC	EC-1	1	0.873		0.855	
	EC-2	0.983	0.856	0.059		16.725***
HC	HC-4	1	0.793		0.832	
	HC-5	1.237	0.901	0.078		15.776***

$\chi^2=396.692(df=155, p < .001)$ , CMIN/df=2.559, NFI=0.916, CFI=0.947, TLI=0.935, CFI=0.947, RMSEA=0.072  
 AT(태도), PC(지각된 행동통제), BI(구매의도), AC(동물복지), EC(환경관심), HC(동물복지)

4.3. 구조모형 분석 및 가설 검증 결과

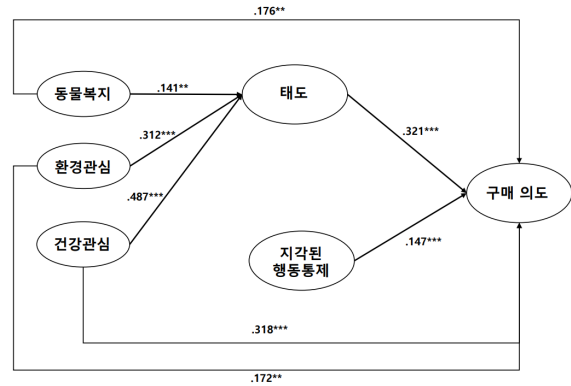
구조모형의 적합도는  $\chi^2=474.667(p<.001)$ , TLI=0.917, CFI=0.930, RMSEA=0.081으로 나타나 만족할 만한 수준으로 확인되었다<표 5>.

분석결과 첫째, 동물복지, 환경관심, 건강관심은 태도에 유의하게 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설 H4-1( $\beta=0.141$ ,  $P<.005$ ), H5-1( $\beta=0.312$ ,  $P<.001$ ), H6-1( $\beta=0.487$ ,  $P<.001$ )은 채택되었다.

둘째, 대체육에 대한 태도와 지각된 행동통제는 대체육의 구매의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설 H1( $\beta=0.321$ ,  $P<.001$ ), H3( $\beta=0.147$ ,  $P<.001$ )은 채택되었다. 대체육에 대해 소비자 태도가 긍정적일수록, 지각된 행동통제를 가질수록 구매의도가 증가하는 것으로 나타났다.

셋째, 소비자의 동물복지, 환경관심, 건강관심은 대체육 구매

의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설 H4-2( $\beta=0.176$ ,  $P<.005$ ), H5-2( $\beta=0.172$ ,  $P<.005$ ), H6-2( $\beta=0.318$ ,  $P<.001$ )은 채택되었다. 동물복지, 환경, 건강에 관심이 많을수록 대체육 구매의도가 증가하는 것으로 나타났다<그림 2>.



<그림 2> 구조모형 분석 결과

<표 4> 상관관계 행렬 및 판별타당도 분석 결과

구분	AT	PC	BI	AC	EC	HC
AT	1					
PC	.383** (.147)	1				
BI	.768** (.590)	.421** (.177)	1			
AC	.589** (.347)	.257** (.066)	.649** (.421)	1		
EC	.658** (.433)	.324** (.105)	.680** (.462)	.615** (.378)	1	
HC	.695** (.483)	.381** (.145)	.715** (.511)	.514** (.264)	.578** (.334)	1
AVE	0.686	0.692	0.724	0.609	0.747	0.720
CR	0.897	0.870	0.929	0.862	0.855	0.837

\*\* p<0,01 괄호 안은 상관관계 제곱값

<표 5> 구조모형 분석 결과

경로	Estimate		S.E.	C.R.	가설	
	B	$\beta$				
H1	AT → BI	0.420	0.321	0.104	4.029***	채택
H3	PC → BI	0.152	0.147	0.037	4.084***	채택
H4-1	AC → AT	0.109	0.141	0.054	2.024**	채택
H4-2	AC → BI	0.179	0.176	0.060	2.968**	채택
H5-1	EC → AT	0.212	0.312	0.055	3.864***	채택
H5-2	EC → BI	0.153	0.172	0.063	2.438**	채택
H6-1	HC → AT	0.404	0.487	0.062	6.519***	채택
H6-2	HC → BI	0.346	0.318	0.079	4.357***	채택

$\chi^2=474.667(df=159, p < .001)$ , CMIN/df=2.985, NFI=0.900, CFI=0.930, TLI=0.917, CFI=0.930, RMSEA=0.081

주 : \*\*\* = p-value < 0,01, \*\* = p-value < 0,05, \* = p-value < 0,01

H2 (SN→BI) 최종 측정모형에서 제거



#### 4.4. 매개효과 검증 결과

본 연구에서는 대체육에 대한 동물복지, 환경관심, 건강관심이 태도를 통한 매개효과로 구매의도에 미치는 영향에 대하여 검증하였다<표 6>. 매개효과 분석 결과 동물복지가 구매의도에 미치는 직접효과는 .318(p<.05)로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 태도를 매개로 한 간접효과는 .468(p<.05)로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 환경관심이 구매의도에 미치는 직접효과는 .296(p<.05)로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 태도를 매개로 한 간접효과는 .413(p<.05)로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 건강관심이 구매의도에 미치는 직접효과는 .399(p<.05)로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 태도를 매개로 한 간접효과는 .357(p<.05)로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 완전매개효과는 매개변인이 없으면 독립이 종속을 영향을 못 미치는 경우를 의미하며, 부분매개효과는 매개변인 없이도 독립이 종속을 영향을 미치는 경우를 의미한다. 따라서 대체육에 대한 태도는 동물복지, 환경관심, 건강관심과 대체육 구매의도에 있어 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다.

동물복지, 환경관심, 건강관심과 대체육 구매의도 간의 관계에서 태도의 매개효과 유의성을 확인하기 위해 부트스트래핑 검증을 실시하였으며, 매개효과 Estimate, S.E. 부트스트랩 95% 신뢰구간을 분석하였다. 그 결과 모두 95% 신뢰 구간에서 상한 값과 하한 값 사이에 0을 포함하지 않고 있어 매개효과 유의성이 검증되었다.

#### 5. 결론

최근 건강, 환경, 윤리적인 우려 등 사회적 가치를 고려하는 가치소비로 인해 대체육 시장이 상승세를 보인다. 해외에서는 대체육 관련 연구가 많이 이루어졌지만, 국내에서는 영양 및 가공 측면에서의 연구가 주로 이루어지며 소비자 측면에서의 연구는 제한적으로 이루어졌다. 따라서 본 연구는 계획된 행동 이론을 바탕으로 소비자의 환경관심, 동물복지, 건강관심이 대체육에 대한 태도와 구매의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 가설을 설정하고 실증분석을 실시하였다. 요인 간의 타당성 및 신뢰도를 검증한 결과 초기 측정모형의 적합도가 적합하지 않은 것으로 확인되어 표준화된 요인적재량이 0.5 미만 측정변수와 SMC가 0.4 미만인 잠재변수(SN) 관측변수(AT2, PC1, PC4, AC2, EC3, EC4, EC5, HC1, HC2, HC3)를 제거하였다. 최종 측정모형 적합도는  $\chi^2=396.692(p<.001)$ , TLI=0.935, CFI=0.947, RMSEA=0.072로 나타났으며, 요인의 표준 적재치가 0.7 이상 유의수준도 0.001 이하로 통계적으로 유의하게 나타났다. 최종적으로 본 연구는 계획된 행동이론의 주관적 규범 요인은 가설 모델에 기여하지 못했다.

구조방정식 모형 분석 결과 모형 설명력은  $\chi^2=474.667(p<.001)$ , TLI=0.917, CFI=0.930, RMSEA=0.081로 나타나 만족할 만한 수준으로 확인되었다. 동물복지( $\beta=0.141, P<.005$ ), 환경관심( $\beta=0.312, P<.001$ ), 건강관심( $\beta=0.487, P<.001$ )이 태도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설(H4-1, H5-1, H6-1)은 채택되었다. 이는 Marcus, Lehmann, & Hartmann (2022)의 연구에서 동물복지가 태도에 정(+)의 영향을 미친다는 주장을 지지하고 있다. 태도( $\beta=0.321, P<.001$ ), 지각된 행동동

<표 6> 매개효과 분석 결과

구분		Bootstrap 추정치		95% 신뢰구간		매개효과
		Estimate	S.E.	LLCI	ULCI	
AC → AT → BI	직접효과	0.318**	0.089	0.157	0.507	부분매개효과
	간접효과	0.468**	0.058	0.368	0.584	
	총효과	0.786**	0.082	0.633	0.961	
EC → AT → BI	직접효과	0.296**	0.095	0.105	0.479	부분매개효과
	간접효과	0.413**	0.069	0.302	0.577	
	총효과	0.709**	0.060	0.576	0.833	
HC → AT → BI	직접효과	0.399**	0.085	0.241	0.597	부분매개효과
	간접효과	0.357**	0.067	0.243	0.505	
	총효과	0.756**	0.055	0.637	0.892	

주 : \*\*\* = p-value < 0.01, \*\* = p-value < 0.05, \* = p-value < 0.1  
 LLCI = Lower Level Confidence Interval  
 ULCI = Upper Level Confidence Interval

제( $\beta=0.147, P<0.001$ )가 구매의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설(H1, H3)은 채택되었다. 이는 Shen, & Chen(2020)의 연구에서 태도와 지각된 행동통제가 구매의도에 정(+)의 영향을 미친다는 주장을 지지하고 있다. 마지막으로 동물복지( $\beta=0.176, P<0.005$ ), 환경관심( $\beta=0.172, P<0.005$ ), 건강관심( $\beta=0.318, P<0.001$ )이 구매의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설(H4-2, H5-2, H6-2)은 채택되었다. Marcus, Lehmann, & Hartmann(2022)의 연구에서 건강관심이 구매의도에 정(+)의 영향, Chen(2022)의 연구에서 환경관심이 구매의도에 정(+)의 영향을 미친다는 주장을 지지하고 있다. 이는 소비자들이 환경보호, 탄소 저감, 동물복지, 채식 등 가치의 확립을 통해 식습관과 구매 행동이 변화하고 있어 본 연구의 분석 결과값이 도출되었다고 해석할 수 있다.

둘째, 동물복지, 환경관심, 건강관심과 대체육 구매의도 간의 관계에서 태도의 매개효과를 분석한 결과 대체육에 대한 태도는 동물복지, 환경관심, 건강관심과 대체육 구매의도에 있어 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 태도가 동물복지, 환경관심, 건강관심에 긍정적인 영향을 받으며 대체육 구매의도를 설명하는 데 중요한 변수로서 역할을 한다고 판단된다.

본 연구의 학술적 시사점은 다음과 같다. 환경 및 지속 가능한 식품 개발과 관련하여 전 세계적으로 관심이 증가하여 대체육 시장이 주목받고 있다. 최근 다양한 대체육 식품들이 출시되고 있음에도 불구하고 아직 소비자들에게 인식이 낮은 상태이다(변승연, & 유도일 2022). 대체육에 관한 소비자 연구가 이루어지고 있지만 대체육 식품이 가지는 사회적 가치를 고려한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 이러한 점에서 본 연구는 계획된 행동이론을 바탕으로 환경관심, 동물복지, 건강관심 개념을 이용하여 소비자의 구매의도를 구명했다는 점에서 의의가 있다. 대체육 소비를 증진시키기 위해서는 대체육이 동물복지 및 환경에 영향을 준다는 긍정적 이미지를 부각시켜야 한다. 이러한 측면에서 본 연구는 대체육에 대한 소비자의 동물복지, 환경관심, 건강관심이 구매의도로 발전되는 과정에서 태도가 매개역할을 하고 있어 구매의도를 예측할 수 있는 이론적 근거를 제시했다는 점에서 학술적 가치를 가진다.

본 연구를 바탕으로 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 건강관심이 대체육 식품을 소비하려는 태도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 대체육 소비자 수요를 늘리기 위해서 생산자는 높은 영양가를 확보하는 것이 중요하다고 볼 수 있다. 기업들은 대체육에 대한 동물복지, 환경적 이점을 소비자에게 전달하기 전 제품의 품질 및 영양을 먼저

확보하는 것이 중요하다. 대체육은 기술로 만들어지는 식품으로 식품에 대한 안전성과 영양 측면에서 신뢰할 수 있도록 정보를 제공해야 한다. 이를 위한 대체육 식품의 안전성과 영양 측면에서 연구가 많이 이루어져 뒷받침하는 과학적 근거가 제시되어야 한다. 또한 식품 관련 인증 기관의 승인 및 전문가의 평가를 제시하며 대체육 식품의 신뢰성을 확보해야 한다. 대체육 제품 라벨이나 마케팅 자료에 영양 정보를 자세하게 표시하며, 영양 정보가 건강에 미치는 긍정적인 영향을 강조해야 한다. 대체육 식품은 기술로 만들어지는 식품으로 일반 식품에 비해 제조과정에서 안전 및 영양적인 엄격한 품질 통제를 할 필요가 있다. 제조과정 및 재료 원산지를 소셜미디어를 통해 소비자와 공유가 이루어져 제품의 안전성과 영양가에 대한 교육적인 정보를 제공해야 한다. 대체육 식품을 제조하는 과정과 함께 영양성분을 투명하게 공개한다면 소비자는 대체육에 대한 긍정적인 태도를 형성할 수 있다.

둘째, 본 연구 결과에 따르면 대체육 구매에 대한 태도가 구매 의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 소비자는 태도를 통해 대체육 구매 의도를 결정하는 것을 알 수 있다. 태도를 강화하기 위해 대체육 식품에 대한 효과적인 커뮤니케이션 경로를 발굴하는 게 중요하다고 판단된다. 이를 위해서는 소비자들의 선호와 행동 패턴을 이해해야 한다. 우선적으로 기업은 대체육 제품을 판매하려는 목표 그룹을 정확하게 설정해야 하며, 목표 그룹의 연령, 관심사, 라이프스타일 등을 고려해야 한다. 소비자의 피드백을 활용하여 대체육 제품 및 서비스 개선을 통해 신뢰할 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다. 또한 지각된 행동통제가 구매의도에 유의한 영향을 미쳤다. 이는 소비자가 제품을 쉽게 구매할 수 있도록 접근성을 높이며 일반 육류에 비해 가격 경쟁력을 가져야 할 필요가 있다. 이를 위해서 대형 온라인 쇼핑 플랫폼과 협력하여 대체육 식품 판매하여 접근성을 높여야 한다. 대체육 업계 종사자들은 대체육 구매 편의성을 높이기 위해 마케팅 채널을 확대하는 것이 필요하다. 대체육 식품 브랜드와 제품과 관련한 유용한 정보를 공유하는 콘텐츠 마케팅을 통해 대체육 제품에 대한 관심도를 높여야 한다.

셋째, 모형의 매개효과 검증 결과 동물복지가 태도와 구매의도 간 사이에 부분매개효과 영향력이 가장 크게 나타났다. 이는 대체육에 대한 동물복지 기준을 제시하고 이점의 효과를 효과적으로 전달하는 게 중요하다는 것을 시사한다. 이를 위해서는 대체육 식품과 가축질병 감축, 동물복지 등 공공성의 목적을 가진 정보에 대해 교육적인 콘텐츠를 소비자에게 제공해야 한다. 동물복지에 관심이 많으며 공익 활동에 기여한다는 기업의

이미지는 대체육 판매에 도움이 될 수 있다고 판단된다. 우선적으로 동물복지 인증 기관의 승인을 받은 후 브랜드 마케팅에 활용할 필요가 있다. 동물복지 단체나 환경 보호 단체와 협력하여 공동 캠페인을 개최하고 홍보를 진행한다면 대체육 식품 브랜드 강화에 도움을 줄 수 있다. 이러한 대체육에 대한 동물복지에 초점을 맞춘 미디어 홍보는 국내 소비자의 대체육 제품 구매 의도 뿐만 아니라 태도도 개선할 수 있다고 판단된다.

본 연구에 도출된 분석 결과는 대체육 제조 식품 기업이 마케팅 및 의사결정의 기초자료로 활용될 것으로 기대된다. 다만 경기지역 중심으로 소비자 대상 조사를 진행하여 전국 범위로 확대한 향후 연구가 필요하다. 대체육을 유형별로 구분하지 못한 한계를 가지며 대체육을 유형별로 구분하여 비교 분석한 연구는 다음으로 미룬다.

### 참고 문헌

- 강혜연, 이보라, & 정라나. (2021). 대체육 완자와 육류 완자의 품질 특성 비교. *한국식품조리과학회지*, 37(5), 371-378.
- 관계부처합동. (2020). 「바이오산업 혁신 대책 III」 그린 바이오 융합형 신산업 육성방안 혁신성장전략회의 보고서.
- 농림식품기술기획평가원. (2022). 2022년 식품R&D 이슈 6: 국내 식물성 대체육시장. 나주: IPET.
- 박명은, & 유소이. (2019). 유기 가공식품 선택에 대한 소비자 특성 분석: 계획된 행동이론의 확장과 식생활 라이프스타일을 중심으로. *소비자학연구*, 30(6), 143-170. doi:10.35736/JCS.30.6.7
- 박미성, 박시현, & 이용선. (2020). 대체식품 현황과 대응과제. *한국농촌경제연구원 농정포커스* 190, 1-17.
- 박희량, & 한덕웅. (2006). 한국 여성의 명품 구매행동을 설명하는 통합 모형. *한국심리학회지 소비자·광고* 7(2), 195-226.
- 변승연, & 유도일. (2022). 식물성 대체육 섭취 의향 결정 요인 분석. *농업경제연구*, 63(4), 1-26.
- 신기석. (2021). OECD-FAO 농업전망 2021-2030: 육류. *세계농업*, 244, 3-19.
- 심은미, 박기홍, 이동규, & 신선호. (2022). 식물성 대체육 식품 소비가치가 긍정적 태도 및 구매의도에 미치는 영향: 가격민감도 조절 효과를 중심으로. *Culinary Science & Hospitality Research*, 28(6), 55-68. doi:10.20878/cshr.2022.28.6.007
- 심은미, 이보순, & 이승후. (2023). 식물성 대체육의 소비가치가 고객만족도와 재구매 의도에 미치는 영향. *식공간연구*, 18(2), 19-36. doi:10.26433/TFCK.2023.18.2.19
- 안소현, & 황조혜. (2020). 대체육 유형에 따른 소비자의 지각된 혜택이 신뢰 및 구매의도에 미치는 영향. *외식경영연구*, 23(6), 49-75. doi:10.47584/JFM.2020.23.6.49
- 유동숙, & 홍경환. (2017). 확장된 계획된 행동이론을 적용한 농촌관광의 행동의도 연구: 계획된 행동이론에 즐거움각성차원을 매개로. *관광연구저널* 31(3), 65-80. doi:10.21298/IJTHR.2017.03.31.3.65
- 윤성용, 조해주, & 이정분. (2021). KISTEP 기술동향브리프 대체육. 대전: KISTEP.
- 이민수. (2019). 로컬푸드 구매 영향 요인: 로컬푸드와 대형마트 소비자 비교. *농촌지도와 개발* 26(4), 221-232. doi:10.12653/jecd.2019.26.4.0221
- 이성숙. (2022). 지속가능한 식생활에 따른 육류소비 실태와 대체식품에 대한 인식. *한국실과교육학회지*, 35(3), 101-24. doi:10.24062/kpae.2022.35.3.101
- 전윤희, 구분재, & 류기형. (2022). 효모 함량에 따른 저수분 압출성형 대체육의 이화학적 특성. *한국식품영양과학회지*, 51(3), 271-277. doi:10.3746/jkfn.2022.51.3.271
- 조선영, & 류기형. (2022). 대체육에 사용되는 식물성 단백질의 품질 특성. *한국식품영양과학회지*, 51(4), 375-380. doi:10.3746/jkfn.2022.51.4.375
- 조수현. (2019). 계획된 행동이론(TPB)과 확장된 계획된 행동이론(ETPB)의 구조방정식모델 비교연구: 대전에 위치한 커피전문점의 그린마케팅을 중심으로. *호텔관광연구*, 21(1), 155-171. doi:10.31667/jhts.2019.2.78.155
- 최현우, & 류기형. (2022). 수분함량에 따른 저수분 및 고수분 압출성형 대체육의 이화학적 특성 비교. *한국식품영양과학회지*, 51(2), 162-169. doi:10.3746/jkfn.2022.51.2.162
- 한국농촌경제연구원. (2023). *농업전망 2023: 농업·농촌의 혁신과 미래*. 나주: 한국농촌경제연구원.
- 홍희연, 문정훈, 유철우, & 최영찬. (2008). 농업경영정보시스템 사용의도에 미치는 사회심리학적 요인 분석: 우수농업경영정보시스템을 중심으로. *농촌지도와 개발* 15(4), 659-681.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior.

- Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 79-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
23. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261. doi:10.1037/h0076477
  24. Bonnet, C., Bouamra-Mechemache, Z., Requillart, V., & Treich, N. (2020). Regulating meat consumption to improve health, the environment and animal welfare. *Food Policy*, 97, 101847. doi:10.1016/j.foodpol.2020.101847
  25. Bryant, C., Nek, L. V., & Rolland, N. A. M. (2020). European markets for cultured meat: A comparison of Germany and France. *Foods*, 9(9), 1152. doi:10.3390/foods9091152
  26. Cembalo, L., Caracciolo, F., Lombardi, A., Del Giudice, T., Grunert, K. G., & Cicia, G. (2016). Determinants of individual attitudes toward animal welfare-friendly food products. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 29(2), 237-254. doi:10.1007/s10806-015-9598-z
  27. Chen, H. S. (2022). Towards environmentally sustainable diets: Consumer attitudes and purchase intentions for plant-based meat alternatives in Taiwan. *Nutrients*, 14(18), 3853. doi:10.3390/nu14183853
  28. Dupont, J., Harms, T., & Fiebelkorn, F. (2022). Acceptance of cultured meat in Germany-application of an extended theory of planned behaviour. *Foods*, 11(3), 424. doi:10.3390/foods11030424
  29. Estell, M., Hughes, J., & Grafenauer, S. (2021). Plant protein and plant-based meat alternatives: Consumer and nutrition professional attitudes and perceptions. *Sustainability*, 13(3), 1478. doi:10.3390/su13031478
  30. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. doi:10.1177/002224378101800313
  31. Giampietri, E., Verneau, F., Giudice, T. D., Carfora, V., & Finco, A. (2018). A theory of planned behaviour perspective for investigating the role of trust in consumer purchasing decision related to short food supply chains. *Food Quality and Preference*, 64, 160-166. doi:10.1016/j.foodqual.2017.09.012
  32. Graca, J., Godinho, C. A., & Truninger, M. (2019). Reducing meat consumption and following plant-based diets: current evidence and future directions to inform integrated transitions. *Trends in Food Science & Technology*, 91, 380-390. doi:10.1016/j.tifs.2019.07.046
  33. Hartmann, C., & Siegrist, M. (2017). Consumer perception and behaviour regarding sustainable protein consumption: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 61, 11-25. doi:10.1016/j.tifs.2016.12.006
  34. Joseph, P., Searing, A., Watson, C., & McKeague, J. (2020). Alternative proteins: Market research on consumer trends and emerging landscape. *Meat and Muscle Biology*, 4(2). doi:10.22175/mmb.11225
  35. Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjöden, P. O. (2003). Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, 40(2), 109-117. doi:10.1016/S0195-6663(03)00002-3
  36. Marcus, N., Lehmann, J. K., & Hartmann, M. (2022). Exploring factors determining German consumers' intention to eat meat alternatives. *Food Quality and Preference*, 100, 104610. doi:10.1016/j.foodqual.2022.104610
  37. Onwezen, M. C., Bouwman, E. P., Reinders, M. J., & Dagevos, H. (2021). A systematic review on consumer acceptance of alternative proteins: Pulses, algae, insects, plant-based meat alternatives, and cultured meat. *Appetite*, 159, 105058. doi:10.1016/j.appet.2020.105058
  38. Shen, Y. C., & Chen, H. S. (2020). Exploring consumers' purchase intention of an innovation of the agri-food industry: A case of artificial meat. *Foods*, 9(6), 745. doi:10.3390/foods9060745
  39. Spence, M., Stancu, V., Elliott, C. T., & Dean, M. (2018). Exploring consumer purchase intentions towards traceable minced beef and beef steak using the theory of planned behavior. *Food Control*, 91, 138-147. doi:10.1016/j.foodcont.2018.03.035
  40. Stollar, M., Rumble, J. N., Buck, E. B., Specht, A. R., Hu, W., & Knipe, C. L. (2022). Consumers' purchasing intent regarding conventional, plant-based, and cultured meats. *Journal of Applied Communications*, 106(1), 2. doi:10.4148/1051-0834.2407
  41. Zorpette, G. (2013). Muscling out meat. *IEEE*, 50(6), 64-70. doi:10.1109/MSPEC.2013.6521036

Received 27 August 2023; Revised 15 September 2023; Accepted 22 September 2023.



Mr. Won-Bin Kim is a Master Student at the Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, Korea. His research interests are farm management.  
Adress: Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, 255, Jungang-ro, Suncheon, Jeollanam-do, 57922 Republic of Korea  
E-mail: dnjs8855@s.scnu.ac.kr  
phone: 82-61-750-3276



Ms. Ju-Young An is a Master Student at the Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, Korea. Her research interests are farm management.  
Adress: Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, 255, Jungang-ro, Suncheon, Jeollanam-do, 57922 Republic of Korea  
E-mail: 1232001@s.scnu.ac.kr  
phone: 82-61-750-3276



Dr. Ji-Bum Um is an Assistant Professor at the Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, Korea. His research interests are farm management.  
Adress: Department of Agricultural Economics, Suncheon National University, 255, Jungang-ro, Suncheon, Jeollanam-do, 57922 Republic of Korea  
E-mail: umjibum@scnu.ac.kr  
phone: 82-61-750-3271