



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](#)

2021년 8월

교육학석사(영양교육)학위논문

광주 지역 일부 대학생의 외식 시 키오스크 주문 서비스 이용실태 및 만족도 조사

조선대학교 교육대학원

영양교육전공

박 희 연

광주 지역 일부 대학생의 외식 시 키오스크 주문 서비스 이용실태 및 만족도 조사

Survey on the Actual status and Satisfaction of
some college University students in Gwangju
using Kiosk Ordering Service when Eating Out

2021년 8월

조선대학교 교육대학원

영양교육전공

박 희 연

광주 지역 일부 대학생의 외식 시 키오스크 주문 서비스 이용실태 및 만족도 조사

지도교수 김 복 희

이 논문을 교육학석사(영양교육)학위 청구논문으로
신청함.

2021년 04월

조선대학교 교육대학원

영양교육전공

박 희 연

박희연의 교육학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 조선대학교 교수 이재준 인

심사위원 조선대학교 교수 이주민 인

심사위원 조선대학교 교수 김복희 인

2021년 06월

조선대학교 교육대학원

목 차

제 1장 서론	1
제 2장 연구 내용 및 방법	4
제 1절 연구대상 및 조사기간	4
제 2절 연구내용 및 방법	4
1. 일반 환경 요인 조사	5
2. 키오스크 주문 서비스 이용 실태조사	5
3. 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 조사	6
4. 키오스크 주문 서비스 이용 영양정보표시 활용도조사	6
5. 외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보 인식 조사	6
6. 통계처리	7
제 3장 연구 결과 및 고찰	8
제 1절 키오스크 주문 서비스 실태조사 및 만족도	8
1. 일반 환경 요인	8
2. 키오스크 주문 서비스 이용실태	11
3. 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도	16
4. 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도	17
5. 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식도	19
제 2절 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 제 요인 비교	29

1. 일반 환경 요인 및 이용실태 비교.....	29
2. 영양정보 표시 활용도 비교.....	35
3. 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식도 비교..	37
4. 외식업체 영양정보표시의 영향성 비교.....	42
5. 영양성분에 대한 관심도 비교.....	45
6. 영양정보표시를 확인하려는 이유에 대한 비교.....	49
7. 식품정보표시에 대한 추가 요구도 비교.....	51
제 4장 요약 및 결론.....	55
참고문헌.....	59
부록.....	63

표 목차

표 1. 조사대상자의 일반 환경 요인.....	10
표 2. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용실태.....	14
표 3. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도.....	16
표 4. 조사대상자의 키오스크 주문 시 영양정보표시 활용도.....	18
표 5. 조사대상자의 외식 시 영양정보표시 인식도.....	23
표 6. 조사대상자의 외식 시 확인하려는 영양성분 다중응답문항 빈도 분석	24
표 7. 조사대상자의 외식 시 확인하려는 영양성분 다중응답문항 교차 분석	25
표 8. 조사대상자의 외식 시 영양정보표시 확인 유무 이유.....	26
표 9. 조사대상자의 외식 시 식품정보표시 요구도 다중응답문항 빈도 분석	27
표 10. 조사대상자의 외식 시 식품정보표시 요구도 다중응답문항 교차분석	28
표 11. 조사대상자의 만족도에 따른 일반 환경 요인 및 이용실태 비교.....	32
표 12. 조사대상자의 만족도에 따른 영양정보표시 활용도 비교.....	36
표 13. 조사대상자의 만족도에 따른 외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보 인식도 비교.....	40

표 14. 조사대상자의 만족도에 따른 외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 영향성 비교.....	44
표 15. 조사대상자의 만족도에 따른 외식 시 영양성분에 대한 관심도 비교.....	48
표 16. 조사대상자의 만족도에 따른 외식 시 영양정보표시를 확인하는 이유에 대한 비교.....	50
표 17. 조사대상자의 만족도에 따른 외식 시 식품정보표시에 대한 추가 요구도 비교	53

ABSTRACT

Survey on the Actual status and Satisfaction of some college University students in Gwangju using Kiosk Ordering Service when Eating Out

Park Hee-Yeon

Advisor : Prof. Bok-Hee Kim Ph. D.

Major in Nutrition Education

Graduate School of Education, Chosun University

This study was conducted on 230 university students in Gwangju Metropolitan City to check nutrition labeling information according to their satisfaction with kiosk ordering service, and statistical analysis was conducted on 206 of them, with 84 men (40.8%), and 122 women (59.2%).

According to this study, kiosk ordering service is easy and convenient, and fast food restaurants with many kiosks use it the most, and the importance of using it should be easy to use and order in a short time. As the introduction of kiosks to restaurants increased, there were kiosk menu ordering noodles, menus, and smartphone QR codes, but now the use of kiosks in small restaurants as well as fast food restaurants is increasing. Nutrition marks can be seen to improve nutritional knowledge for restaurant consumers to choose better products compared to other products, and in addition to nutrition marks, "information on the use of food additives," "whether agricultural ingredients are certified (organic, eco-friendly, etc.), and "caffeine content."

Today, our desire to lead a healthy life is increasing due to higher

quality of life and improved standard of living, and as reflected in this popular desire, kiosks provide various forms of food-related information and have a lot of influence on people's behavior, attitudes and perception. The nutrition labeling system is designed to help consumers maintain a healthy diet by selecting reasonable and appropriate foods by providing them with nutritional information about food. There are about 40 nutrients in food, and it is impossible to mark the content of all these nutrients, but nutrition labeling is increasing worldwide. Accordingly, the provision of appropriate information on food will help families and group cafeterias choose food choices. Currently, there is little research on information provided by kiosks (menu information and nutritional information), so it is necessary to actively research on information provided by kiosks, such as nutritional information and menu information.

제 1장 서론

오늘날 국내 외식산업은 끊임없는 성장과 발전을 해왔으며, 특히 외식소비자의 소득수준 향상, 라이프스타일 변화, 다양한 욕구들의 요인에 힘입어 무한한 변화를 강구하고 있다.(1) 최근 4차 산업혁명 시대와 더불어 급격한 최저임금의 인상과 함께 언택트 마케팅의 확산으로 인해 외식산업 서비스 형태는 빠르게 변화하고 있는 추세이다. 4차 산업혁명으로 인해 자동화, 노동대체 기술의 발전으로 전반적인 산업의 구조적인 패러다임 변화가 빠르게 진행되고 있으며, 고용 구조 변화에도 영향을 미치고 있다.(2) 그 중 셀프서비스기술(Self-service Technology : SST)은 기존 서비스종사원이 제공하던 대안서비스의 대안이면서 동시에 운영비 절감과 고객서비스 제고를 위한 수단으로 대두되고 있다. 셀프서비스기술은 기업에게는 생산성, 효율성 향상, 노동력 절감, 서비스 품질의 표준화, 서비스 시간 단축 그리고 기업성과 증대 등의 효과를 가져다주며(3), 고객에게는 시·공간적 제약을 벗어나 서비스를 이용할 수 있게 하고, 시간비용을 감소시켜주는 등 많은 이점을 제공한다.(4) 이러한 이점으로 기업들은 셀프서비스기술을 마케팅 전략에 적극적으로 적용하고 있다.(5) 특히 외식업체의 비용구조에서 인건비와 식재료비의 비중이 가장 큰 부분을 차지하는데(6), 인건비 절감을 위해 외식업체는 노동자 대신 기계가 일하게 하는 ‘자동화’, ‘무인화’를 가장 적극적으로 받아들이고 있다.(7) 2021년 현재 최저임금은 8,720원으로 전년 대비 1.5% 증가하였고, 매년 꾸준히 인상되고 있다. 인건비 부담을 줄이기 위해 외식업체는 무인주문결제 시스템인 키오스크를 적극적으로 도입하는 계기를 마련하게 되었다(8) 패스트푸드점을 비롯하여 커피전문점 등 대형 프랜차이즈 중심으로 셀프서비스 키오스크 도입이 확산되고 있으며, 쌀국수 전문점이나 우동 전문점 등 인건비 문제가 중요한 소규모 음식점에서도 셀프서비스 기술 도입이 확산되고 있는 추세이다.(9) 키오스크가 보편됨에 따라 소비자들은 외식업체 키오스크를 더욱 쉽게 접하게 되어 이용 빈도 또한 꾸준히 증가할 것으로 보인다.

외식산업에서 가장 많이 도입되고 있는 패스트푸드 레스토랑의 키오스크는 고객의 메뉴선택을 돕기 위해 메뉴명, 메뉴그림, 가격 등의 메뉴에 관련된 정보와 영양정보를 제공하고 있다. 외식업체 가공식품으로 인해 초래되고 있는 식생활의 영양불균형, 조기 성인병, 아토피, 비만 등은 여러 연구 문헌들과 많은 대중매체를 통하여 소비자들의 인지도는 높아져 있지만 건강을 위하여 식품을 선택하는데 필요한 지식은 아직 미비한 실정이다. 합리적이고 현명한 구매를 위한 정보는 영양표시라 할 수 있다. 영양표시는 소비자의 식품 선택을 도와주어 영양적 요소를 충족한 식사를 계획할 수 있게 하며, 구매시점에서 직접적인 영양교육의 방법이 될 수도 있으며, 질병을 가진 환자들을 위한 영양교육의 중요한 수단이 될 수도 있다(10). 외식영양표시란, 「어린이 기호식품 등의 영양성분과 고카페인 함유 식품의 표시 기준 및 방법에 관한 규정」에 기준하여 1회 제공량에 해당하는 열량 및 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨 등의 정보를 메뉴판, 제품안내판 등에 표시하여 소비자가 식품을 주문하는 시점에서 이용할 수 있도록 제공하는 것을 말한다. 특히, 열량은 메뉴의 식품명이나 가격표시 주변에 이들 글자크기의 80% 이상으로 표시하는 것을 원칙으로 하며, 매장에 메뉴의 영양성분을 표시한 포스터나 리플릿 등으로 소비자에게 정보를 별도로 비하는 경우에는 메뉴 등의 열량만을 표시할 수 있다.(11) 국내에서는 2007년 어린이 먹거리 안전 종합 대책 중 하나로 패스트푸드점 등 외식업체에서 영양표시 의무화 계획을 발표하였다. 2010년에는 어린이식생활관리특별법에 따라, 외식 메뉴에도 영양정보를 표시함으로써 외식 소비 증가에 따른 비만의 위험을 낮추고, 건강한 메뉴의 선택을 돕기 위해 외식 영양정보제도가 시행되었다. 또한, 건강한 식생활 환경 조성을 위해 의무 적용 대상이 아닌 외식 업체도 자율적으로 영양표시를 하도록 시행하고 있다.(12) 특히, 고객의 건강 관심도가 높아진 현 시점에서 합리적인 메뉴 선택요인으로 작용하는 영양정보는 트랜스지방, 당, 나트륨 등에 대한 관리함으로써 건강한 식생활이 가능하도록 한다.(13) 따라서, 우리는 영양정보에 대해 주의를 기울일 필요가 있다.(14) 외식영양정보는 고객의 메뉴 선택을 돕기 위해 영양 성분에 대한 알 권리를 제

공하며(15), 지식과 정보에 근거하는 메뉴선택을 할 수 있도록 도와준다. 이에 따라, 소비자가 건강에 중요한 영양소 섭취를 조절할 수 있도록 하는 외식영양정보에 대한 활용은 국민 건강에 긍정적인 영향을 미친다. 2015년을 기준으로 전국적으로 자율적으로 영양표시를 시행하는 업체는 7,166여 개에 이른다. 우리나라의 경제 성장으로 국민의 생활 수준 향상함에 따라, 소비자들은 구매를 원하는 상품에 대해 생산부터 소비까지 걸치는 정보에 대해 알고 구매하는 경향이 증가하고 있다. 식품 외식 산업에서도 영양정보를 꼼꼼히 보고 건강한 구매를 하는 소비자들이 증가하였다. 이렇게 현대인의 건강관심도가 증가함에 따라, 정부에서도 기존 가공식품에 적용하고 있는 영양정보 표시를 외식 분야에도 적용함으로써 국민건강증진과 비만예방을 위해 적극적으로 정책 추진을 강화하고 있다. 특히, 판매하는 음식은 가정식에 비해 열량이나 나트륨 함량이 높기 때문에, 외식 할 때 건강에 더 나은 메뉴 선택은 건강 유지에 중요하다.

따라서 본 연구는 외식 업체 키오스크에서 제공하는 주문 서비스 이용 실태와 만족도 조사 및 메뉴정보, 영양정보 등의 실태를 알아보고자 실시하였다.

제 2장 연구 내용 및 방법

제 1절 연구대상 및 조사기간

대학생의 외식 시 키오스크 주문 서비스 이용실태 및 만족도 조사를 위해 본 연구는 광주광역시 대학생을 조사대상으로 하였다. 2020년 12월 01일부터 2020년 12월 30일에 걸쳐서 조선대학교 캠퍼스와 C대학교 캠퍼스 내에서 설문조사를 실시하여 총 230부 중 206부를 회수하였으며, 조선대학교기관생명윤리위원회의 승인(2-1041055-AB-N-01-2020-58)을 받은 후 진행하였다.

제 2절 연구내용 및 방법

본 연구는 설문방식을 통해 조사원이 설문지를 직접 배부하고 회수하는 방식으로 진행하였다.

설문조사는 일반 환경 요인 5개 항목, 키오스크 주문 서비스 이용 실태조사 9개 항목, 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도 조사 5개 항목, 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양표시정보 활용도 조사 3개 항목, 외식업체 영양표시 및 식품영양정보에 대한 인식조사 12개 항목을 조사하였다.

1. 일반 환경 요인 조사

일반 환경 요인의 조사 문항은 성별, 연령, 학년, 월 평균 용돈, 거주형태가 포함되었다. 월 평균 용돈 문항은 통계적 측면을 고려하여 총 4가지 항목(10만원 미만, 10만원 이상-30만원 미만, 30만원 이상-50만원 미만, 50만원 이상)으로 분류하였고, 거주형태 문항은 5가지 항목(가족과 거주, 자취, 하숙, 기숙사, 기타)으로 분류하여 분석하였다.

2. 키오스크 주문 서비스 이용 실태조사

서비스 이용이유, 이용 장소, 이용 시간대, 이용 빈도, 1회 지출 평균비용, 동행사람, 이용 시 중요도, 개선사항, 과거 대비 이용횟수를 조사하였다. 서비스 이용이유 문항은 ‘간편/편리해서, 빠른 주문이 가능해서, 카드결제가 편해서, 직원 통해 주문하기 싫어서, 기타’ 5가지 항목으로 분류하였고, 이용 장소 문항은 ‘패스트푸드점, 카페, 영화관, 휴게소, 샌드위치전문점, 분식점, 쌀국수 전문점, 기타’ 8가지 항목으로 분류하였으며, 이용 시간대 문항은 ‘오전 9-12시, 12시-15시, 15-18시, 18시 이후, 기타’ 5가지 항목으로 분류하였다. 1회 지출 평균비용 문항은 ‘5,000원, 5,000-10,000원, 10,000-15,000원, 15,000-20,000원, 20,000원 이상’ 5가지 항목으로 분류하였고, 동행사람 문항은 ‘가족, 친구/학교교우, 직장동료, 혼자’ 4가지 항목으로 분류하였으며, 이용 시 중요도 문항은 ‘간편한 이용법, 개인정보 유출 안정성, 정확한 메뉴 정보, 짧은 시간 내 주문, 기타’ 5가지 항목으로 분류하였다. 개선사항 문항은 ‘복잡한 이용법, 기계 구비 부족, 현금 결제 불가능, 대면주문과 비슷한 서비스, 기타’ 5가지 항목으로 분류하였고, 과거 대비 이용횟수 문항은 ‘과거 대비 줄어든 편, 과거와 별 다른 차이 없음, 과거 대비 늘어난 편, 잘 모르겠음’ 4가지 문항으로 분류하였다.

3. 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 조사

키오스크 주문 서비스 만족도 조사는 유상현의 선행연구를 기반으로 수정 및 변경하여 5가지 설문문항을 개발하였다.(16) 패스트푸드 레스토랑 키오스크에 대한 소비자 인식 조사지를 참고하여 ‘주변 사람들에게 긍정적으로 말할 것 같다, 친구, 동료들에게 추천할 것 같다, 우선적으로 고려할 것 같다, 지속적으로 사용할 것 같다, 직원이 있어도 키오스크를 사용할 것 같다’ 5가지 문항으로 각 문항은 ‘매우 그렇다’ 5점, ‘그렇다’ 4점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘전혀 그렇지 않다’ 1점을 부여하였으며, 최소 5점, 최대 25점으로 키오스크 만족도 조사 점수가 높을수록 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족함을 의미한다.

4. 키오스크 주문 서비스 이용 영양정보표시 활용도 조사

키오스크 주문 시 영양정보표시 확인 빈도 문항은 ‘예’, ‘아니오’로 분류하였으며, 키오스크 주문 시 영양정보표시 필요성 문항 역시 ‘예’, ‘아니오’로 분류하였다. 키오스크 주문 시 영양표시정보 제공방법으로 선호 방식 문항은 ‘키오스크 메뉴 주문 화면’, ‘메뉴판(메뉴보드)’, ‘제품 안내판(네임태그)’, ‘테이블 매트’, ‘홈페이지’, ‘포스터나 리플릿’, ‘영수증’, ‘스마트폰 QR코드 방식’, ‘기타’로 분류하였다.

5. 외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보 인식 조사

외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식도 조사는 김주희의 선행연구를 기반으로 수정 및 변경하여 개발하였다.(17)

인지도 문항은 ‘예’, ‘아니오’로 구성하였고, 필요성 문항은 ‘필요하다’, ‘필요하지 않다’로 구성하였다. 중요성 문항은 ‘중요하다’, ‘중요하지 않다’로 구성하였고, 이용여부 문항은 ‘있다’, ‘없다’로 구성하였으며, ‘있다’ 체크 시 활용여부 문항은 영양표시 성분은

‘에너지’, ‘나트륨’, ‘탄수화물’, ‘당류’, ‘지방’, ‘단백질’, ‘포화지방’, ‘트랜스지방’, ‘콜레스테롤’, ‘무기질·비타민’로 분류하였으며, 이용동기 문항은 ‘체중조절을 위해’, ‘건강한 식습관에 대한 관심으로’, ‘영양소 함량 확인을 위해’, ‘영양지식을 얻기 위해’, ‘질병 예방을 위해’, ‘타사 제품과 비교하기 위해’, ‘주변에서 권유로’, ‘단순 호기심에’, ‘기타’로 분류하였다. ‘없다’ 체크 시 이용동기 문항은 ‘관심이 없어서’, ‘영양표시가 너무 작거나 조잡해서’, ‘영양표시를 이해하기 어려워서’, ‘영양표시가 없으므로’, ‘기타’로 분류하였다. 편리성 문항은 ‘쉬운 편이다’, ‘쉽지 않다’로 구성하였고, 만족도 문항은 ‘만족한다’, ‘만족하지 않는다’로 구성하였다. 신뢰성 문항은 ‘신뢰하는 편이다’, ‘신뢰하지 않는 편이다’로 구성하였고, 영향성 문항은 ‘자신의 건강·질병에 필요한 식품선택을 용이하게 한다’, ‘제품 선택 시 타제품과 쉽게 비교한다’, ‘영양 지식이 향상된다’, ‘제품의 질이 향상되는 효과를 가져 올 수 있다’로 분류하였다. 기타요구문항은 ‘카페인 함량에 관한 정보’, ‘식품첨가물 사용에 관한 정보’, ‘식재료의 원산지에 관한 정보’, ‘식재료의 유전자변형식품(GMO)사용에 관한 정보’, ‘식재료의 주재료 효능·효과’, ‘식재료 중 식품알레르기 원인 식품 사용 여부’, ‘농산물 식재료의 인증 여부’, ‘식품위생 안전 및 유행성’으로 분류하였다.

6. 통계 처리

조사된 자료는 대한 SPSS를 이용하여 통계처리를 실시하였다. 조사대상자의 일반 환경 요인 같은 비연속변수는 빈도와 백분율을 교차분석 후 유의성은 χ^2 -test로 검증하였다. 조사대상자의 이용 실태 조사, 만족도 조사, 영양표시정보 활용도 조사, 식품영양정보에 대한 인식조사 항목의 연속변수는 평균과 표준편차를 구하여 성별과 키오스크 만족도 및 영양정보 확인 유무에 따른 차이를 알아보기 위해 Independent samples t-test와 유의도 검증을 실시하였다. 본 연구에 통계적 유의적 검증은 $\alpha=0.01$ 수준에서 이루어졌다.

제 3장 실험 결과 및 고찰

제 1절 키오스크 주문 서비스 실태조사 및 만족도

1. 일반 환경 요인

본 연구는 총 206명으로부터 응답을 얻었으며, 성별 분포는 남자 84명(40.8%), 여성 122명(59.2%)로 나타났다.

조사대상자의 일반 환경 요인은 표 1과 같다. 연령은 23세가 41명(19.9%)으로, 20세가 40명(19.4%), 24세가 35명(17.0%), 22세가 32명(15.5%), 25세가 25명(12.1%), 26세가 20명(9.7%), 21세가 11명(5.3%), 28세가 1명(0.5%), 30세가 1명(0.5%) 순으로 나타났으며, 연령에 따른 분포에 있어서 성별 간의 차이를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 그 결과 $\chi^2 = 26.30$, $p < 0.01$ 로 연령에 따른 성별 차이가 유의하게 나타났다. 여성은 '23세' 33명(16.0%), '22세' 23명(11.25%), '24세' 19명(9.2%), '25세' 15명(7.3%), '20세' 14명(6.8%), '26세' 12명(5.8%), '21세' 5명(2.4%), '30세' 1명(0.5%) 순으로 높은 빈도를 보였다. 반면 남성은 '20세' 26명(12.6%), '24세' 16명(7.8%), '25세' 10명(4.9%), '22세' 9명(4.4%), '23세, 26세' 8명(3.9%), '21세' 6명(2.9%), '28세' 1명(0.5%) 순으로 높은 빈도를 보였다. 여성이 남성보다 '22세 ~ 26세'의 빈도가 높았고, 남성은 여성에 비하여 '20세', '21세', '28세'에서 높은 빈도를 보였다.

학년에 따른 분포에 있어서 성별 간의 차이를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 그 결과 $\chi^2 = 18.263$, $p < 0.001$ 로 학년에 따른 성별 차이가 유의하게 나타났다. 학년은 4학년이 91명(44.2%)으로 가장 많았고, 3학년이 48명(23.3%), 1학년이 40명(19.4%), 2학년이 27명(13.1%) 순으로 나타났으며, 여성은

'4학년' 65명(53.3%), '3학년' 30명(24.6%), '2학년' 14명(11.5%), '1학년' 13명(10.7%) 순으로 높은 빈도를 보였다. 반면 남성은 '1학년' 27명(32.1%), '4학년' 26명(31.0%), '3학년' 18명(21.4%), '2학년' 13명(15.5%) 순으로 높은 빈도를 보였다. 여성이 남성보다 '2학년 ~ 4학년'의 빈도가 높았고, 남성은 여성에 비하여 '1학년'에서 높은 빈도를 보였다.

월 평균 용돈은 10만원 이상-30만원 미만이 85명(41.3%)으로 가장 많았고, 30만원 이상-50만원 미만이 73명(35.4%), 50만원 이상이 35명(17.0%), 10만원 미만이 13명(6.3%) 순으로 나타났다.

남녀별로는 남성은 10만원 이상-30만원 미만이 39명(46.4%), 30만원 이상-50만원 미만이 22명(26.2%), 50만원 이상이 17명(20.2%), 10만원 미만이 6명(7.1%) 순으로 나타났으며, 여성은 30만원 이상-50만원 미만이 51명(41.8%)으로 가장 많았고, 10만원 이상-30만원 미만이 46명(37.7%), 50만원 이상 18명(14.8%), 10만원 미만이 7명(5.7%) 순으로 나타났다.

거주형태는 가족과 거주하는 형태가 107명(51.9%)으로 가장 많았고, 자취가 78명(37.9%), 기숙사가 17명(8.3%), 하숙이 3명(1.5%), 기타가 1명(0.5%)으로 나타났다.

남녀별로는 남성은 가족이 46명(54.8%)으로 가장 많았고, 자취가 31명(36.9%), 기숙사가 6명(7.1%), 기타가 1명(1.2%), 하숙이 0명 순으로 나타났으며, 여성은 가족이 61명(50.0%)으로 가장 많았고, 자취가 47명(38.5%), 기숙사가 11명(9.0%), 하숙이 3명(2.5%), 기타가 0명 순으로 나타났다.

표 1. 조사대상자의 일반 환경 요인

	남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체 (n=206)	χ^2 or t	
연령	20	26(12.6)	14(6.8)	40(19.4)	22.886**
	21	6(2.9)	5(2.4)	11(5.3)	
	22	9(4.4)	23(11.2)	32(15.5)	
	23	8(3.9)	33(16.0)	41(19.9)	
	24	16(7.8)	19(9.2)	35(17.0)	
	25	10(4.9)	15(7.3)	25(12.1)	
	26	8(3.9)	12(5.8)	20(9.7)	
	28	1(0.5)	0(0.0)	1(0.5)	
	30	0(0.0)	1(0.5)	1(0.5)	
	M±SD	22.60±0.241	23.14±0.165	22.92±2.004	
학년	1학년	27(32.1)	13(10.7)	40(19.4)	18.263***
	2학년	13(15.5)	14(11.5)	27(13.1)	
	3학년	18(21.4)	30(24.6)	48(23.3)	
	4학년	26(31.0)	65(53.3)	91(44.2)	
월평균용돈	10만원 미만	6(7.1)	7(5.7)	13(6.3)	5.376
	10만원 이상 ~30만원	39(46.4)	46(37.7)	85(41.3)	
	미만				
	30만원 이상 ~50만원 미만	22(26.2)	51(41.8)	73(35.4)	
	50만원 이상	17(20.2)	18(14.8)	35(17.0)	
거주형태	가족	46(54.8)	61(50.0)	107(51.9)	3.981
	자취	31(36.9)	47(38.5)	78(37.9)	
	하숙	0(0.0)	3(2.5)	3(1.5)	
	기숙사	6(7.1)	11(9.0)	17(8.3)	
	기타	1(1.2)	0(0.0)	1(0.5)	

** p<0.01, *** p<0.001

2. 키오스크 주문 서비스 이용실태

키오스크 주문 서비스 이용실태를 조사한 결과는 표 2과 같다.

서비스 이용 이유를 ‘간편/편리해서’가 86명(41.7%)으로 가장 많았고, ‘빠른 주문이 가능해서’가 50명(24.3%), ‘카드결제가 편해서’가 42명(20.4%), ‘직원을 통해 주문하기가 싫어서’가 25명(12.1%), ‘기타’가 3명(1.5%) 순으로 나타났다. 남녀별로는 남성은 ‘간편/편리해서’가 33명(39.3%), ‘빠른 주문 가능해서’가 22명(26.2%), ‘카드결제가 편해서’가 19명(22.6%), ‘직원 통해 주문하기 싫어서’가 9명(10.7%), ‘기타’가 1명(1.2%) 순으로 나타났으며, 여성도 마찬가지로 ‘간편/편리해서’가 53명(43.4%), ‘빠른 주문 가능해서’가 50명(24.3%), ‘카드결제가 편해서’가 42명(20.4%), ‘직원 통해 주문하기 싫어서’가 25명(12.1%), ‘기타’가 3명(1.5%) 순으로 나타났다.

이용 장소를 살펴보면 패스트푸드점이 119명(57.8%)로 가장 많았고, 카페가 51명(24.8%), 샌드위치전문점이 18명(8.7%), 영화관이 11명(5.3%), 분식점이 5명(2.4%), 휴게소가 2명(1.0%)로 나타났다.

남녀별로 남성은 패스트푸드점이 49명(58.3%), 카페가 17명(20.2%), 샌드위치 전문점이 12명(14.3%), 영화관이 5명(6.0%), 분식점이 1명(1.2%) 순으로 나타났으며, 여성은 패스트푸드점이 70명(57.4%), 카페가 34명(27.9%), 영화관·샌드위치전문점이 6명(4.9%), 분식점이 4명(3.3%), 휴게소가 2명(1.6%) 순으로 나타났다.

이용 시간대는 18시 이후가 75명(36.4%)으로 가장 많았고 다음으로 12~15시가 54명(26.2%), 15시~18시가 46명(22.3%), 오전 9~12시가 30명(14.6%), 기타가 1명(0.5%) 순으로 나타났다.

남녀별로는 남성은 18시 이후가 37명(44.0%), 12~15시가 19명(22.6%), 15시~18시가 14명(16.7%), 9~12시 13명(15.5%), 기타 1명(1.2%) 순으로 나타났으며, 여성도 마찬가지로 18시 이후가 38명(31.1%), 12~15시가 35명(28.7%), 15~18시가 32명(26.2%), 9~12시가 17명

(13.9%), 기타 0명으로 나타났다.

이용 빈도를 살펴보면 월 4~6회 84명(40.8%), 월 1~3회 57명(27.7%), 월 6~8회 46명(22.3%), 월 10회 이상 18명(8.7%), 기타 1명(0.5%) 순으로 나타났다.

남녀별로는 남성은 월 4~6회 36명(42.9%), 월 1~3회 21명(25.0%), 월 6~8회 19명(22.6%), 월 10회 이상 8명(9.5%), 기타 0명 순으로 나타났으며, 여성도 마찬가지로 월 4~6회 48명(39.3%), 월 1~3회 36명(29.5%), 월 6~8회 27명(22.1%), 월 10회 이상 10명(8.2%), 기타 1명(0.8%) 순으로 나타났다.

1회에 지출하는 평균 비용을 살펴보면 '5,000~10,000원' 131명(63.6%)으로 가장 많았고 '5,000원' 31명(15.0%), '10,000~15,000원' 30명(14.6%), '15,000~20,000원' 8명(3.9%), '20,000원 이상' 6명(2.9%) 순으로 나타났다.

남녀별로는 남성은 '5000~10,000원' 54명(64.3%), '10,000~15,000원' 13명(15.5%), '5,000원' 10명(11.9%), '15,000~20,000원' 3명(3.6%) 순으로 나타났고, 여성은 '5,000~10,000원' 77명(63.1%), '5,000원' 21명(17.2%), '10,000~15,000원' 17명(13.9%), '15,000~20,000원' 4명(3.3%), '20,000원' 3명(2.5%) 순으로 나타났다.

동행하는 사람을 살펴보면 '친구/학교교우' 116명(56.3%)으로 가장 많았고 '혼자' 74명(35.9%), '가족' 14명(6.8%), '직장동료' 2명(1.0%) 순으로 나타났다.

이용 시 동행자에 따른 분포에 있어서 성별 간의 차이를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 그 결과 $\chi^2 = 11.212$, $p < 0.05$ 로 이용 시 동행자에 따른 성별 차이가 유의하게 나타났다. 여성은 '친구' 80명(65.6%), '혼자' 33명(27.0%), '가족' 8명(6.6%), '직장동료' 1명(0.8%) 순으로 높은 빈도를 보였다. 반면 남성은 '혼자' 41명(48.8%), '친구' 36명(42.9%), '가족' 6명(7.1%), '직장동료' 1명(1.2%) 순으로

높은 빈도를 보였다. 여성이 남성보다 '가족', '친구'의 빈도가 높았고, 남성은 여성에 비하여 '혼자'에서 높은 빈도를 보였다.

이용 시 중요도를 살펴보면 '간편한 이용법' 90명(43.7%)으로 가장 많았고 '짧은 시간 내 주문' 56명(27.2%), '정확한 메뉴 정보' 42명(20.4%), '개인정보 유출 안전성' 18명(8.7%) 순으로 나타났다.

남녀 별로는 남성은 '간편한 이용법' 32명(38.1%), '짧은 시간 내 주문' 25명(29.8%), '정확한 메뉴 정보' 19명(22.6%), '개인정보 유출 안전성' 8명(9.5%) 순으로 나타났으며, 여성도 마찬가지로 '간편한 이용법' 58명(47.5%), '짧은 시간 내 주문' 31명(25.4%), '정확한 메뉴 정보' 23명(18.9%), '개인정보 유출 안전성' 10명(8.2%) 순으로 나타났다.

개선 사항을 살펴보면 '기계 구비 부족' 73명(35.4%)으로 가장 높았고 '복잡한 이용법' 67명(32.5%), '현금 결제 불가능' 47명(22.8%), '대면주문과 비슷한 서비스' 16명(7.8%), '기타' 3명(1.5%)로 나타났다.

남녀별로는 남성은 '복잡한 이용법' 31명(36.9%), '기계 구비 부족' 26명(31.0%), '현금결제 불가능' 17명(20.2%), '대면주문과 비슷한 서비스' 8명(9.5%), '기타' 2명(2.4%) 순으로 나타났으며, 여성은 '기계 구비 부족' 47명(38.5%), '복잡한 이용법' 36명(29.5%), '현금결제 불가능' 30명(24.6%), '대면주문과 비슷한 서비스' 8명(6.6%), '기타' 1명(0.8%) 순으로 나타났다.

과거 대비 이용 횟수를 살펴보면 '과거와 별다른 차이 없음' 92명(44.7%)으로 가장 많았고 '과거 대비 늘어난 편' 89명(43.2%), '잘 모르겠음' 19명(8.7%), '과거 대비 줄어든 편' 6명(2.9%)으로 나타났다.

남녀별로는 남성은 '과거와 비슷' 38명(45.2%), '과거 대비 증가' 34명(40.5%), '잘 모르겠음' 8명(9.5%), '과거 대비 감소' 4명(4.8%) 순으로 나타났으며, 여성은 '과거 대비 증가' 55명(45.1%), '과거와 비슷' 54명(44.3%), '잘 모르겠음' 11명(9.0%), '과거 대비 감소'

2명(1.6%) 순으로 나타났다.

표 2. 조사대상자의 키오스크 주문 이용 실태

		남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체 (n=206)	χ^2 or t
서비스 이용 이유	간편/편리해서	33(39.3)	53(43.4)	86(41.7)	1.072
	빠른 주문 가능	22(26.2)	28(23.0)	50(24.3)	
	카드결제 편리성	19(22.6)	23(18.9)	42(20.4)	
	직원 통해 주문하 기 싫어서	9(10.7)	16(13.1)	25(12.1)	
	기타	1(1.2)	2(1.6)	3(1.5)	
	패스트푸드점	49(58.3)	70(57.4)	119(57.8)	
이용 장소	카페	17(20.2)	34(27.9)	51(24.8)	
	영화관	5(6.0)	6(4.9)	11(5.3)	
	휴게소	0(0.0)	2(1.6)	2(1.0)	
	샌드위치 가게	12(14.3)	6(4.9)	18(8.7)	
	분식점	1(1.2)	4(3.3)	5(2.4)	
	쌀국수전문점	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)		
이용 시간대	9~12시	13(15.5)	17(13.9)	30(14.6)	6.544
	12~15시	19(22.6)	35(28.7)	54(26.2)	
	15시~18시	14(16.7)	32(26.2)	46(22.3)	
	18시 이후	37(44.0)	38(31.1)	75(36.4)	
	기타	1(1.2)	0(0.0)	1(0.5)	
이용 빈도	월 1-3회	21(25.0)	36(29.5)	57(27.7)	1.310
	월 4-6회	36(42.9)	48(39.3)	84(40.8)	
	월 6-8회	19(22.6)	27(22.1)	46(22.3)	
	월 10회 이상	8(9.5)	10(8.2)	18(8.7)	
	기타	0(0.0)	1(0.8)	1(0.5)	

표 2. 계속

		남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체 (n=206)	χ^2 or t
1회 지출 평균 비용	5,000원	10(11.9)	21(17.2)	31(15.0)	1.517
	5,000~10,000원	54(64.3)	77(63.1)	131(63.6)	
	10,000~15,000원	13(15.5)	17(13.9)	30(14.6)	
	15,000~20,000원	4(4.8)	4(3.3)	8(3.9)	
	20,000원 이상	3(3.6)	3(2.5)	6(2.9)	
동행	가족	6(7.1)	8(6.6)	14(6.8)	11.212*
	친구	36(42.9)	80(65.6)	116(56.3)	
	직장동료	1(1.2)	1(0.8)	2(1.0)	
	혼자	41(48.8)	33(27.0)	74(35.9)	
이용 시 중요도	간편한 이용법	32(38.1)	58(47.5)	90(43.7)	1.809
	개인정보 유출	8(9.5)	10(8.2)	18(8.7)	
	안전성	19(22.6)	23(18.9)	42(20.4)	
	정확한 메뉴정보	25(29.8)	31(25.4)	56(27.2)	
	단시간 내 주문	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
개선 사항	기타	31(36.9)	36(29.5)	67(32.5)	3.451
	복잡한 이용법	26(31.0)	47(38.5)	73(35.4)	
	기계 구비 부족	17(20.2)	30(24.6)	47(22.8)	
	현금결제 불가능	8(9.5)	8(6.6)	16(7.8)	
	대면주문과 비슷 한 서비스	2(2.4)	1(0.8)	3(1.5)	
과거 대비 이용 횟수	과거 대비 감소	4(4.8)	2(1.6)	6(2.9)	3.399
	과거와 비슷	38(45.2)	54(44.3)	92(44.7)	
	과거 대비 증가	34(40.5)	55(45.1)	89(43.2)	
	잘 모르겠음	8(9.5)	11(9.0)	19(9.2)	

* p<0.05

3. 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도

성별에 따른 키오스크 주문서비스 이용 만족도의 차이를 알아보기 위해 대상자를 성별에 따라 남성(84명)과 여성(122명)으로 구분하였다. 각 항목들은 Likert 5점 척도로 조사되었으며 독립표본 t 검정을 실시하였고 다음 표 3와 같이 성별에 따라 ‘친구, 동료들에게 추천할 것 같다’, ‘우선적으로 고려할 것 같다’, ‘지속적으로 사용할 것 같다’에 대해 유의한 차이가 나타났다. 그러나 ‘주변 사람들에게 긍정적으로 말할 것 같다’, ‘직원이 있어도 키오스크를 사용할 것 같다’에 대해서는 성별 간 유의한 차이가 없었다.

표 3. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도

구분	남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체 (n=206)	t-value
주변사람들에게 긍정적으로 말할 것 같다.	3.32±0.920	3.55±0.910	3.46±0.919	-1.757
주변, 동료들에게 추천할 것 같다.	3.27±0.896	3.60±0.976	3.47±0.956	-2.423*
우선적으로 고려할 것 같다	3.30±0.889	3.57±1.020	3.46±0.976	-2.011*
지속적으로 사용할 것 같다.	3.39±0.944	3.71±0.966	3.58±0.968	-2.359*
직원이 있어도 키오스크를 사용할 것 같다	3.35±1.070	3.54±1.061	3.46±1.067	-1.297

* p<0.05

4. 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도

본 연구에서 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도를 조사한 항목들에 대해 빈도분석을 실시한 결과 표 4와 같이 나타났다. 키오스크 주문 시 영양정보표시를 확인한 적이 있는지 조사한 결과 ‘있다’는 133명(64.6%), ‘없다’는 73명(35.4%)으로 나타났다.

남녀별로는 남성의 경우 ‘있다’는 57명(67.9%), ‘없다’는 27명(32.1%)로 나타났으며, 여성은 ‘있다’는 76명(62.3%), ‘없다’는 46명(37.7%)로 나타났다.

키오스크 주문 시 영양정보표시 제공이 필요하다고 생각하는지 조사한 결과 ‘필요하다’고 응답한 경우는 58명(28.2%), ‘필요하지 않다’고 응답한 경우는 148명(71.8%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성은 ‘필요하다’는 27명(32.1%), ‘필요하지 않다’는 ‘57명(67.9%)’으로 나타났으며, 여성은 ‘필요하다’는 31명(25.4%), ‘필요하지 않다’는 91명(74.6%)으로 나타났다.

키오스크 주문 시 영양정보표시 제공방법으로 선호하는 방식은 ‘키오스크 메뉴 주문 화면’이 82명(39.9%)으로 가장 많았고 ‘메뉴판(메뉴보드)’이 43명(20.9%), ‘제품 안내판(네임태그)’이 35명(17.0%), ‘테이블 매트’가 13명(6.4%), ‘스마트폰 QR코드 방식’이 11명(5.4%), ‘영수증’은 9명(4.4%), ‘홈페이지’, ‘포스터나 리플릿’은 각 6명(3.0%)으로 조사되었다. 남성의 경우 ‘키오스크 메뉴 주문 화면’이 27명(13.1%)로 가장 많았고, ‘메뉴판(메뉴보드)’이 19명(9.2%), ‘제품 안내판(네임태그)’이 14명(6.8%), ‘스마트폰 QR코드 방식’이 8명(3.9%), ‘테이블 매트’, ‘홈페이지’ 5명(2.5%), ‘포스터 나 리플릿’, ‘영수증’이 각각 3명(1.5%) 순으로 나타났으며, 여성의 경우 ‘키오스크 메뉴 주문 화면’이 55명(26.7%)으로 가장 많았고, ‘메뉴판(메뉴보드)’이 24명(11.7%), ‘제품 안내판(네임태그)’이 21명(10.2%), ‘테이블 매트’가 8명(3.9%), ‘영수증’이 6명(2.9%), ‘포스터 나 리플릿’, ‘스마트폰

QR코드 방식'이 각각 3명(1.5%), '홈페이지' 1명(0.5%) 순으로 나타났다.

표 4. 조사대상자의 키오스크 주문 시 영양정보표시 활용도

구분		남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체 (n=206)
키오스크 주문 시 영양정보표시를 확인한 적이 있는가	있다	57(27.7)	76(36.9)	133(64.6)
	없다	27(13.1)	46(22.3)	73(35.4)
키오스크 주문 시 영양정보표시 제공이 필요하다고 생각하는가	필요하다	27(13.1)	31(15.1)	58(28.2)
	필요하지 않다	57(27.7)	91(44.1)	148(71.8)
키오스크 주문 시 영양정보표시 제공 방법으로 선호하는 방식은 무엇인가	키오스크 메뉴 주문 화면	27(13.1)	55(26.7)	82(39.9)
	메뉴판 (메뉴 보드)	19(9.2)	24(11.7)	43(20.9)
	제품 안내판 (네임태그)	14(6.8)	21(10.2)	35(17.0)
	테이블 매트	5(2.5)	8(3.9)	13(6.4)
	홈페이지	5(2.5)	1(0.5)	6(3.0)
	포스터나 리플릿	3(1.5)	3(1.5)	6(3.0)
	영수증	3(1.5)	6(2.9)	9(4.4)
	스마트폰 QR코드 방식	8(3.9)	3(1.5)	11(5.4)

5. 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식도

본 연구에서 외식업체 이용 시 외식업체에서 제공하는 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식도를 조사한 결과 표 5과 같이 나타났다. 외식업체에서 제공하는 영양정보표시 서비스에 대해 알고 있는지 인지도를 조사한 결과 ‘그렇다’는 122명(59.2%), ‘아니오’는 84명(40.8%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성은 ‘그렇다’는 46명(54.8%), ‘아니오’는 38명(45.2%)으로 나타났으며, 여성은 ‘그렇다’는 76명(62.3%), ‘아니오’는 46명(37.7%)으로 나타났다.

외식업체에서 영양정보표시 제공이 필요하다고 생각하는지 필요성을 조사한 결과 ‘필요하다’는 58명(28.2%), ‘필요하지 않다’는 148명(71.8%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성은 ‘필요하다’는 28명(33.3%), ‘필요하지 않다’는 56명(66.7%)으로 나타났으며, 여성은 ‘필요하다’는 30명(24.6%), ‘필요하지 않다’는 92명(75.4%)으로 나타났다.

외식업체에서 영양정보표시 제공이 중요하다고 생각하는지 중요성을 조사한 결과 ‘중요하다’는 61명(29.6%), ‘중요하지 않다’는 145명(70.4%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성은 ‘중요하다’는 27명(32.1%), ‘중요하지 않다’는 57명(67.9%)으로 나타났으며, 여성은 ‘중요하다’는 34명(27.9%), ‘중요하지 않다’는 88명(72.1%)으로 나타났다.

외식업체에서 제공하는 영양정보표시 서비스 활용도 중 이용 여부와 관련하여 외식 시 영양정보표시 내용을 확인한 경험을 조사하였다. 외식 시 영양정보표시 내용을 확인한 경우는 89명(43.2%)이었고 확인하지 않은 경우는 117명(56.8%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성은 ‘있다’는 50명(59.5%), ‘없다’는 34명(40.5%)으로 나타났으며, 여성은 ‘있다’는 67명(54.9%), ‘없다’는 55명(45.1%)으로 나타났다.

외식 시 영양정보표시를 찾아보고 내용을 이해하기 쉬웠는지 정보의

편리성에 대해 알아본 결과 ‘쉬운 편이다’는 118명(57.3%), ‘쉽지 않다’는 88명(42.7%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성의 ‘쉬운 편이다’는 49명(58.3%), ‘쉽지 않다’는 35명(41.7%)으로 나타났으며, 여성의 ‘쉬운 편이다’는 69명(56.5%), ‘쉽지 않다’는 53명(43.4%)으로 나타났다.

외식 시 영양정보표시 방법과 내용에 만족하는지 만족도를 알아본 결과 ‘만족 한다’는 응답이 112명(54.4%)으로 나타났고 ‘만족하지 않는다’는 응답은 94명(45.6%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성의 ‘만족 한다’는 46명(54.8%), ‘만족하지 않는다’는 38명(45.2%)으로 나타났으며, 여성의 ‘만족 한다’는 66명(54.1%), ‘만족하지 않는다’는 56명(45.9%)으로 나타났다.

신뢰성과 관련하여 외식업체에서 제공하는 영양정보표시를 신뢰하는지를 알아본 결과 ‘신뢰 한다’가 71명(34.5%), ‘신뢰하지 않는다’ 경우가 135명(65.5%)으로 나타났다. 남녀별로는 남성의 ‘신뢰 한다’ 33명(39.3%), ‘신뢰하지 않는다’ 51명(60.7%), 여성의 ‘신뢰 한다’ 38명(31.1%), ‘신뢰하지 않는다’ 84명(68.9%)으로 나타났다.

외식 시 영양정보표시 내용 중 어떤 내용을 확인했는지 활용 여부와 관련하여 영양성분에 대한 관심도를 다중응답 빈도 분석 결과는 표 6 과 같이 나타났다. 에너지 항목을 확인한 케이스는 28개로 전체의 7.6%를 차지했으며 케이스퍼센트는 31.1%로 나타났다. 나트륨 항목을 확인한 케이스는 41개로 전체의 11.1%를 차지했으며 케이스퍼센트는 45.6%로 나타났다. 탄수화물 항목을 확인한 케이스는 48개로 전체의 13.0%를 차지했으며 케이스퍼센트는 53.3%로 나타났다. 당류 항목을 확인한 케이스는 33개로 전체의 8.9%를 차지했으며 케이스퍼센트는 36.7%로 나타났다. 지방 항목을 확인한 케이스는 57개로 전체의 15.4%를 차지했으며 케이스퍼센트는 63.3%로 나타났다. 단백질 항목을 확인한 케이스는 31개로 전체의 8.4%를 차지했으며 케이스퍼센트

는 34.4%로 나타났다. 포화지방 항목을 확인한 케이스는 40개로 전체의 10.8%를 차지했으며 케이스퍼센트는 44.4%로 나타났다. 트랜스지방 항목을 확인한 케이스는 46개로 전체의 12.5%를 차지했으며 케이스퍼센트는 51.1%로 나타났다. 콜레스테롤 항목을 확인한 케이스는 31개로 전체의 8.4%를 차지했으며 케이스퍼센트는 34.4%로 나타났다. 무기질과 비타민 항목을 확인한 케이스는 14개로 전체의 3.8%를 차지했으며 케이스퍼센트는 15.6%로 나타났다. 전체 케이스는 369개로 케이스퍼센트는 410.0%로 나타났다.

성별과 외식 시 확인한 영양표시정보의 영양성분들 간의 연관성을 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과는 표 7와 같이 나타났다. 남성은 탄수화물이 17명(35.4%)으로 가장 높은 빈도를 보였고, 여성은 트랜스지방이 36명(78.3%)으로 가장 높은 빈도를 보였다.

이용 동기와 관련하여 외식 시 영양정보표시 내용을 확인하는 이유와 확인하지 않는 이유에 대한 빈도를 알아본 결과 표 8과 같이 나타났다. 남성의 경우 ‘체중조절을 위해’가 11(5.3%)명으로 가장 많았으며, 여성 또한 ‘체중조절을 위해’가 24(11.7%)명으로 가장 많았고, 남녀 모두 ‘건강한 식습관에 대한 관심으로’, ‘영양소 함량 확인을 위해’, ‘영양지식을 얻기 위해’, ‘질병 예방을 위해’, ‘타사 제품과 비교를 위해’, ‘주변에서 권유로’, ‘단순 호기심에’ 순으로 많았다.

외식 시 영양정보표시 내용을 확인하지 않는 이유를 알아본 결과 남성은 ‘관심이 없어서’가 19(9.2%)명으로 가장 많았으며, 여성 또한 ‘관심이 없어서’가 26명(12.6%)으로 가장 많았고, 남녀 모두 ‘영양표시가 너무 작거나 조잡해서’, ‘영양표시를 이해하기 어려워서’, ‘영양표시가 없으므로’ 순으로 많았다.

식품정보표시 추가 요구도 대한 다중응답문항 빈도분석 결과는 표 9와 같다. ‘카페인 함량에 관한 정보’를 확인한 케이스는 57개로 전체의 11.4%를 차지했으며 케이스퍼센트는 27.7%로 나타났다. ‘식품첨가물 사용에 관한 정보’를 확인한 케이스는 78개로 전체의 15.6%를 차지했

으며 케이스퍼센트는 37.9%로 나타났다. ‘식재료의 원산지에 관한 정보’를 확인한 케이스는 74개로 전체의 14.8%를 차지했으며 케이스퍼센트는 35.9%로 나타났다. ‘식재료의 유전자변형식품(GMO)사용에 관한 정보’를 확인한 케이스는 58개로 전체의 11.6%를 차지했으며 케이스퍼센트는 28.2%로 나타났다. ‘식재료 중 식품알레르기 원인 식품의 사용 여부’를 확인한 케이스는 76개로 전체의 15.2%를 차지했으며 케이스퍼센트는 36.9%로 나타났다. ‘농산물 식재료의 인증 여부’를 확인한 케이스는 76개로 전체의 15.2%를 차지했으며 케이스퍼센트는 36.9%로 나타났다. ‘식품위생 안전 및 유해성’을 확인한 케이스는 81개로 전체의 16.2%를 차지했으며 케이스퍼센트는 39.3%로 나타났다.

남녀 성별과 식품정보표시 추가 요구도 간 연관성을 알아보기 위해 다중응답문항 교차분석을 실시한 결과는 표 10과 같다. 남자는 식품첨가물이 33명(42.3%)으로 가장 높은 빈도를 보였고, 여자는 알레르기가 55명(72.4%)으로 가장 높은 빈도를 보였다.

표 5. 조사대상자의 외식업체 이용 시 영양정보표시 인식도

구분		남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체 (n=206)	χ^2
인식도	외식업체에서 제공하는 영양정보표시에 대해 알고 있습니까?	예 46(54.8)	아니오 46(37.7)	122(59.2) 84(40.8)	1.169
	외식업체에서 제공하는 영양정보표시 제공이 필요하다고 생각하십니까?	필요하다 28(33.3)	필요하지 않다 92(75.4)	58(28.2) 148(71.8)	1.880
	외식업체에서 영양정보표시 제공이 중요하다고 생각하십니까?	중요하다 27(32.1)	중요하지 않다 88(72.1)	61(29.6) 145(70.4)	0.436
이용여부	영양정보표시 내용을 확인한 적이 있습니까?	있다 50(59.5)	없다 34(40.5)	117(56.8) 89(43.2)	0.430
	영양정보표시를 찾아보고 이해하기 쉽습니까?	쉬운편이다 49(58.3)	쉽지 않다 35(41.7)	69(56.5) 88(42.7)	0.064
만족도	영양정보표시 방법과 내용에 만족하십니까?	만족한다 46(54.8)	만족하지 않는다 38(45.2)	112(54.4) 94(45.6)	0.009
	영양정보표시 내용을 신뢰하십니까?	신뢰하는 편이다 33(39.3)	신뢰하지 않는 편이다 51(60.7)	71(34.5) 135(65.5)	1.459

표 6. 조사대상자의 외식 시 확인하는 영양성분에 대한 다중응답문항 빈도 분석

구분		응답		케이스 퍼센트
		N	퍼센트	
외식 시 영양 표시 내용 중 확인한 사항은 무엇입니까?	에너지	28	7.6%	31.1%
	나트륨	41	11.1%	45.6%
	탄수화물	48	13.0%	53.3%
	당류	33	8.9%	36.7%
	지방	57	15.4%	63.3%
	단백질	31	8.4%	34.4%
	포화지방	40	10.8%	44.4%
	트랜스지방	46	12.5%	51.1%
	콜레스테롤	31	8.4%	34.4%
	무기질, 비타민	14	3.8%	15.6%
합계		369	100.0%	410.0%

표 7. 조사대상자의 외식 시 확인하는 영양성분 대한 다중응답문항 교차분석

구분		응답		합계	
		남	여		
외식 시 영양 표시 내용 중 확인한 사항은 무엇입니까?	에너지	총계	11	17	28
		항목 전체케이스 중 %	39.3%	60.7%	
	나트륨	총계	14	27	41
		항목 전체케이스 중 %	34.1%	65.9%	
	탄수화물	총계	17	31	48
		항목 전체케이스 중 %	35.4%	64.6%	
	당류	총계	8	25	33
		항목 전체케이스 중 %	24.2%	75.8%	
	지방	총계	14	43	57
		항목 전체케이스 중 %	24.6%	75.4%	
	단백질	총계	11	20	31
		항목 전체케이스 중 %	35.5%	64.5%	
	포화지방	총계	8	32	40
		항목 전체케이스 중 %	20.0%	80.0%	
트랜스지 방	총계	10	36	46	
	항목 전체케이스 중 %	21.7%	78.3%		
콜레스테 롤	총계	6	25	31	
	항목 전체케이스 중 %	19.4%	80.6%		
무기질, 비타민	총계	3	11	14	
	항목 전체케이스 중 %	21.4%	78.6%		
합계	총계	34	56	90	
	전체 중 %	37.8%	62.2%	100.0%	

표 8. 조사대상자의 외식 시 영양정보표시 확인 유무에 대한 이유

구분		남학생 (n=84)	여학생 (n=122)	전체
외식 시 영양표시 내용을 확인하는 이유는 무엇입니까?	체중 조절을 위해	11(5.3%)	24(11.7)	35(17.0)
	건강한 식습관에 대한 관심으로	8(3.9%)	13(6.3)	21(10.2)
	영양소 함량 확인을 위해	7(3.4%)	9(4.3)	16(7.7)
	영양지식을 얻기 위해	1(0.5)	0(0.0)	1(0.5)
	질병 예방을 위해	4(1.9)	1(0.5)	5(2.4)
	타사 제품과 비교를 위해	3(1.5%)	4(1.9)	7(3.4)
	주변에서 권유로	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	단순 호기심에	0(0.0)	4(1.9)	4(1.9)
	기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
외식 시 영양표시 내용을 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?	관심이 없어서	19(9.2)	26(12.6)	45(21.8)
	영양표시가 너무 작거나 조잡해서	20(9.7)	16(7.8)	36(17.5)
	영양표시를 이해하기 어려워서	5(2.4)	15(7.3)	20(9.7)
	영양표시가 없으므로	2(1.0)	14(6.8)	16(7.8)
	기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)

표 9. 조사대상자의 외식 시 식품정보표시에 대한 요구도 다중응답문항 빈도 분석

구분		응답		케이스
		N	퍼센트	퍼센트
영양표시정보 이외에 추가로 알고 싶은 식품영양정보는 무엇입니까?	카페인 함량에 관한 정보	57	11.4%	27.7%
	식품첨가물 사용에 관한 정보	78	15.6%	37.9%
	식재료의 원산지에 관한 정보	74	14.8%	35.9%
	식재료의 유전자변형식품(GMO) 사용에 관한 정보	58	11.6%	28.2%
	식재료의 주재료 효능·효과	0	0	0%
	식재료 중 식품알레르기 원인식품 사용 여부	76	15.2%	36.9%
	농산물의 식재료의 인증 여부(유기농)	76	15.2%	36.9%
	식품위생 안전 및 유해성	81	16.2%	39.3%
합계		500	100.0%	242.7%

표 10. 조사대상자의 외식 시 식품정보표시에 대한 요구도 다중응답문항 교차분석

구분		응답		합계	
		남	여		
영양표시정보 이외에 추가로 알고 싶은 식품영양정보는 무엇입니까?	카페인	총계	19	38	57
		항목	33.3%	66.7%	
		전체케이스 중 %			
	식품첨가물	총계	33	45	78
		항목	42.3%	57.7%	
		전체케이스 중 %			
	원산지	총계	21	53	74
		항목	28.4%	71.6%	
		전체케이스 중 %			
	유전자	총계	24	34	58
		항목	41.4%	58.6%	
		전체케이스 중 %			
	효능·효과	총계	0	0	0
		항목	0%	0%	
		전체케이스 중 %			
	알레르기	총계	21	55	76
		항목	27.6%	72.4%	
		전체케이스 중 %			
인증	총계	25	51	76	
	항목	32.9%	67.1%		
	전체케이스 중 %				
유해성	총계	28	53	81	
	항목	34.6%	65.4%		
	전체케이스 중 %				
합계		총계	84	122	206
		전체 중 %	40.8%	59.2%	100.0%

제 2절 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 제 요인 비교

1. 일반 환경 요인 및 이용실태 비교

키오스크 주문 서비스 이용 만족도 5문항에 대해 5점 척도로 점수화한 후 점수 총합을 산출했으며, 점수 합은 최소 5점부터 최대 25점까지이며, 점수가 높을수록 키오스크 주문 서비스 이용에 만족하는 것을 의미한다. 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합이 5~12점인 그룹을 ‘하’로, 13~19점인 그룹을 ‘중’, 20~25점인 그룹을 ‘상’으로 구분하여 제 요인을 비교하였다.

배경 변인별 만족도 집단의 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다. 성별, 학년, 용돈, 거주지, 방문 빈도, 비용, 중요도는 집단에 따른 차이가 없었다. 그러나 서비스 이용 이유, 장소, 시간대, 동행, 개선점, 방문횟수는 만족도 그룹 간에 차이가 있었다. 만족도 ‘하’ 그룹은 35명(17%), ‘중’ 그룹은 85명(41%), ‘상’ 그룹은 86명(42%)으로 분류하였다.

서비스 이용 이유에 있어서 만족도 ‘하’ 그룹에서는 ‘빠른 주문이 가능해서’라고 13명(6.3%)이 가장 많이 응답하였고 다음으로 ‘카드결제가 편리해서’라고 9명(4.4%), ‘간편해서’ 8명(3.9%), ‘직원 통한 주문이 싫어서’ 4명(1.9%), 기타 1명(0.5%) 순으로 나타났다. 그러나 만족도 ‘중’ 그룹에서는 ‘간편해서’가 45명(21.8%)으로 가장 많았고 ‘카드결제가 편리해서’가 18명(8.7%), ‘빠른 주문이 가능해서’ 13명(6.3%), ‘직원 통한 주문이 싫어서’ 7명(3.4%), ‘기타’ 2명(1.0%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘상’ 그룹에서는 ‘간편해서’가 33명(16.0%)으로 가장 많았고 다음으로 ‘빠른 주문이 가능해서’가 24명(11.7%), ‘카드결제가 편리해서’가 15명(7.3%), ‘직원 통한 주문이 싫어서’가 14명(6.8%) 순으로 나타났다.($p < 0.05$)

서비스 이용 장소에 있어서 만족도 ‘하’ 그룹에서는 ‘패스트푸드점’과 ‘카페’가 13명(6.3%)으로 가장 많았고 ‘샌드위치 전문점’이 6명(2.9%), ‘영화관’이 3명(1.5%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘중’ 그룹에서는 ‘패스트푸드점’이 54명(26.2%)으로 가장 많았고 ‘카페’가 18명(8.7%), ‘영화관’이 7명(3.4%), ‘샌드위치 전문점’이 5명(2.4%), ‘휴게소’가 1명(0.5%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘상’ 그룹에서는 ‘패스트푸드점’이 52명(25.2%)으로 가장 많았고 ‘카페’가 20명(9.7%), ‘샌드위치 전문점’이 7명(3.4%), ‘기타’가 5명(2.4%), ‘영화관’과 ‘휴게소’가 각각 1명(0.5%) 순으로 나타났다.($p < 0.05$)

이용 시간대에 있어서 만족도 ‘하’ 그룹에서는 ‘오전 9~12시’가 13명(6.3%)으로 가장 많았고 ‘18시 이후’가 10명(4.9%), ‘15~18시’가 6명(2.9%), ‘12~15시’가 5명(2.4%), ‘기타’가 1명(0.5%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘중’ 그룹에서는 ‘18시 이후’가 34명(16.5%)으로 가장 많았고, ‘15~18시’가 23명(11.2%), ‘12~15시’가 21명(10.2%), ‘오전 9~12시’가 7명(3.4%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘상’ 그룹에서는 ‘18시 이후’가 31명(15.0%)으로 가장 많았고 ‘12~15시’가 28명(13.6%), ‘15~18시’가 17명(8.3%)명, ‘오전 9~12시’가 10명(4.9%) 순으로 나타났다.($p < 0.001$)

동행에 있어서 만족도 ‘하’ 그룹에서는 ‘혼자’가 21명(10.2%)으로 가장 많았고 ‘친구/학교교우’가 13명(6.3%), ‘가족’이 1명(0.5%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘중’ 그룹에서는 ‘친구/학교교우’가 54명(26.2%)으로 가장 많았고 ‘혼자’가 23명(11.2%), ‘가족’이 8명(3.9%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘상’ 그룹에서는 ‘친구/학교교우’가 49명(23.8%)으로 가장 많았고 ‘혼자’가 30명(14.6%), ‘가족’이 5명(2.4%), ‘직장동료’가 2명(1.0%) 순으로 나타났다.($p < 0.05$)

개선점에 있어서 만족도 ‘하’ 그룹에서는 ‘복잡한 이용’이 19명

(9.2%)으로 가장 많았고 ‘기계 부족’이 8명(3.9%), ‘현금결제 불가’가 7명(3.4%), ‘대면 서비스와 비슷한 서비스’가 1명(0.5%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘중’ 그룹에서는 ‘복잡한 이용’이 32명(15.5%), ‘기계 부족’이 24명(11.7%), ‘현금결제 불가’가 17명(8.3%), ‘대면 서비스와 비슷한 서비스’가 10명(4.9%), ‘기타’가 2명(1.0%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘상’ 그룹에서는 ‘기계 부족’이 41명(19.9%)으로 가장 많았고 ‘현금결제 불가’가 23명(11.2%), ‘복잡한 이용’이 16명(7.8%), ‘대면 서비스와 비슷한 서비스’가 5명(2.4%), ‘기타’가 1명(0.5%) 순으로 나타났다.($p < 0.01$)

과거 대비 횟수에 있어서 만족도 ‘하’ 그룹에서는 ‘과거와 비슷’이 24명(11.7%)으로 가장 많았고 ‘과거 대비 증가’가 5명(2.4%), ‘잘 모르겠음’이 4명(1.9%), ‘과거대비 감소’가 2명(1.0%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘중’ 그룹에서는 ‘과거와 비슷’이 43명(20.9%)으로 가장 많았고 ‘과거 대비 증가’가 29명(14.1%), ‘잘 모르겠음’이 10명(4.9%), ‘과거 대비 감소’가 2명(1.0%), ‘기타’가 1명(0.5%) 순으로 나타났다. 만족도 ‘상’ 그룹에서는 ‘과거와 비슷’이 92명(44.7%), ‘과거 대비 증가’가 55명(26.7%), ‘잘 모르겠음’이 4명(1.9%), ‘과거 대비 감소’가 2명(1.0%) 순으로 나타났다.($p < 0.01$)

표 11. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 일반 환경 요인 및 이용
실태 비교

구분	하 (n=35)	중 (n=85)	상 (n=86)	전체 (n=206)	χ^2	
성별	남	17(8.3)	38(18.4)	29(14.1)	84(40.8)	3.197
	여	18(8.7)	47(22.8)	57(27.7)	122(59.2)	
학년	1학년	7(3.4)	16(7.8)	17(8.3)	40(19.4)	0.882
	2학년	4(1.9)	10(4.9)	13(6.3)	27(13.1)	
	3학년	9(4.4)	19(9.2)	20(9.7)	48(23.3)	
	4학년	15(7.3)	40(19.4)	36(17.5)	91(44.2)	
월 평균 용돈	10만원 미만	3(1.5)	7(3.4)	3(1.5)	13(6.3)	0.691
	10~30만원	16(7.8)	33(16.0)	36(17.5)	85(41.3)	
	미만	9(4.4)	30(14.6)	34(16.5)	73(35.4)	
	30~50만원	7(3.4)	15(7.3)	13(6.3)	35(17.0)	
	50만원 이상	7(3.4)	15(7.3)	13(6.3)	35(17.0)	
거주 형태	가족	20(9.7)	42(20.4)	45(21.8)	107(51.9)	0.170
	자취	10(4.9)	35(17.0)	33(16.0)	78(37.9)	
	하숙	0(0.0)	0(0.0)	3(1.5)	3(1.5)	
	기숙사	4(1.9)	8(3.9)	5(2.4)	17(8.3)	
	기타	1(0.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.5)	
서비스 이용 이유	간편해서	8(3.9)	45(21.8)	33(16.0)	86(41.7)	16.826*
	빠른주문가 능 편한카드결제	13(6.3)	13(6.3)	24(11.7)	50(24.3)	
	직원주문 싶 어서	9(4.4)	18(8.7)	15(7.3)	42(20.4)	
	직 원 주 문 시 기 타	4(1.9)	7(3.4)	14(6.8)	25(12.1)	
	기 타	1(0.5)	2(1.0)	0(0.0)	3(1.5)	
이용 장소	패스트푸드 점	13(6.3)	54(26.2)	52(25.2)	119(57.8)	21.735*
	카페	13(6.3)	18(8.7)	20(9.7)	51(24.8)	
	영화관	3(1.5)	7(3.4)	1(0.5)	11(5.3)	
	휴게소	0(0.0)	1(0.5)	1(0.5)	2(1.0)	
	샌드위치 전	6(2.9)	5(2.4)	7(3.4)	18(8.7)	
	문 점	0(0.0)	0(0.0)	5(2.4)	5(2.4)	
	기 타	0(0.0)	0(0.0)	5(2.4)	5(2.4)	
이용 시간대	오전 9~12 시	13(6.3)	7(3.4)	10(4.9)	30(14.6)	25.699*

*

	12~15시	5(2.4)	21(10.2)	28(13.6)	54(26.2)	
	15~18시	6(2.9)	23(11.2)	17(8.3)	46(22.3)	
	18시 이후	10(4.9)	34(16.5)	31(15.0)	75(36.4)	
	기타	1(0.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.5)	
이용 빈도	월 1~3회	6(2.9)	31(15.0)	20(9.7)	57(27.7)	10.756
	월 4~6회	18(8.7)	29(14.1)	37(18.0)	84(40.8)	
	월 6~8회	6(2.9)	17(8.3)	23(11.2)	46(22.3)	
	월 10회 이 상	5(2.4)	7(3.4)	6(2.9)	18(8.7)	
	기타	0(0.0)	1(0.5)	0(0.0)	1(0.5)	
1회 지출 평균 비용	5천원	8(3.9)	10(4.9)	13(6.3)	31(15.0)	0.804
	5천원~만원	20(9.7)	60(29.1)	51(24.8)	131(63.6)	
	만원~만오천 원	5(2.4)	10(4.9)	15(7.3)	30(14.6)	
	만오천원~이 만원	1(0.5)	3(1.5)	4(1.9)	8(3.9)	
	이만원 이상	1(0.5)	2(1.0)	3(1.5)	6(2.9)	

표 11. 계속

구분	하	중	상	전체	χ^2	
	(n=35)	(n=85)	(n=86)	(n=206)		
동행 사람	가족	1(0.5)	8(3.9)	5(2.4)	14(6.8)	15.178*
	친구/학교 교우	13(6.3)	54(26.2)	49(23.8)	116(56.3)	
	직장동료	0(0.0)	0(0.0)	2(1.0)	2(1.0)	
	혼자	21(10.2)	23(11.2)	30(14.6)	74(35.9)	
	간편한 이 용	11(5.3)	43(20.9)	36(17.5)	90(43.7)	
이용 시 중요도	개인정보 정확한 정 보	5(2.4)	7(3.4)	6(2.9)	18(8.7)	7.163
	소요 시간	6(2.9)	18(8.7)	18(8.7)	42(20.4)	
	복잡한 이 용	13(6.3)	17(8.3)	26(12.6)	56(27.2)	
개선 사항	복잡한 이 용 기계 부족	19(9.2)	32(15.5)	16(7.8)	67(32.5)	22.633**
	현금 불가	8(3.9)	24(11.7)	41(19.9)	73(35.4)	
	비슷한 서	7(3.4)	17(8.3)	23(11.2)	47(22.8)	
		1(0.5)	10(4.9)	5(2.4)	16(7.8)	

	비스 기타	0(0.0)	2(1.0)	1(0.5)	3(1.5)	
	과거 대비 감소	2(1.0)	2(1.0)	2(1.0)	6(2.9)	
과거 대비 이용 횟수	과거와 비 슷 과거 대비 증가 잘 모르겠 음 기타	24(11.7)	43(20.9)	25(12.1)	92(44.7)	32.184***
		5(2.4)	29(14.1)	55(26.7)	89(43.2)	
		4(1.9)	10(4.9)	4(1.9)	18(8.7)	
		0(0.0)	1(0.5)	0(0.0)	1(0.5)	

1) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 '하' 그룹

2) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13점~19점 '중' 그룹

3) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~225점 '상' 그룹

* p<0.05, ** p<0.01

2. 영양정보 표시 활용도 비교

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 영양정보표시 확인 여부가 만족도 그룹 간 차이가 있는지 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 그 결과 $\chi^2 = 66.121$, $p < 0.001$ 로 키오스크 주문 서비스 이용 시 만족도 그룹 간 영양정보표시 활용도 차이가 유의하게 나타났다.

영양정보표시를 활용한다고 응답한 그룹을 살펴보면 만족도 ‘중’ 그룹이 74명(35.9%)으로 가장 많았고 ‘하’ 그룹이 31명(15.0%), ‘상’ 그룹이 28명(13.6%) 순으로 나타났다. 영양정보표시를 활용하지 않는다고 응답한 그룹을 살펴보면 ‘상’ 그룹이 58명(28.2%)으로 가장 많았고 ‘중’ 그룹이 11명(5.3%), ‘하’ 그룹이 4명(1.9%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양표시정보 확인 필요성 인식을 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 그 결과 $\chi^2 = 56.138$, $p < 0.001$ 로 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 제공 필요성에 대한 인식 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시를 제공해야 한다고 응답한 그룹에서는 만족도 ‘중’ 그룹이 74명(35.9%)으로 가장 많았고 ‘하’ 그룹이 31명(15.0%), ‘상’ 그룹이 28명(13.6%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시를 제공할 필요가 없다고 응답한 그룹에서는 만족도 ‘상’ 그룹이 80명(38.8%)으로 가장 많았고 ‘중’ 그룹이 59명(28.6%), ‘하’ 그룹이 9명(4.4%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

표 12. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 영양정보표시 활용도 비교

구분	하 (n=35)	중 (n=85)	상 (n=86)	전체 (n=206)	χ^2
영양표시정보를 확인한다	31(15.0)	74(35.9)	28(13.6)	133(64.6)	66.121***
영양표시정보를 확인하지 않는다	4(1.9)	11(5.3)	58(28.2)	73(35.4)	

4) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 '하' 그룹
 5) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13~19점 '중' 그룹
 6) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~25점 '상' 그룹

*** p<0.001

3. 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식도 비교

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 인식도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 인식 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 인지도의 경우 ‘외식업체에서 제공하는 영양정보표시서비스에 대해 알고 있는지’를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 47.356$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따른 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시서비스를 알고 있는 그룹의 경우 만족도 ‘중’ 그룹이 67명(32.5%)으로 가장 많았고, ‘하’ 그룹이 28명(13.6%), ‘상’ 그룹이 27명(13.1%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시서비스를 모르는 집단의 경우 만족도 ‘상’ 그룹이 59명(28.6%)으로 가장 많았고, ‘중’ 그룹이 18명(8.7%), ‘하’ 그룹이 7명(3.4%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 필요성 인식 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 필요성의 경우 ‘외식업체에서 제공하는 영양정보표시 제공이 필요하다고 생각하는지’를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 62.992$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따라 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시서비스 제공이 필요하다고 생각하는 그룹의 경우 만족도 ‘하’ 그룹이 27명(13.1%)으로 가장 많았고 ‘중’ 그룹이 26명(12.6%), ‘상’ 그룹이 5명(2.4%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시서비스 제공이 필요하지 않다고 응답한 집단의 경우 만족도 ‘상’ 그룹이 81명(39.3%)으로 가장 많았고, ‘중’ 그룹이 59명(28.6%), ‘하’ 그룹이 8명(3.9%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 중요성 인식 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 중요성의 경우 ‘외식업체에서 영양표시서비스를 제공

하는 것이 중요하다고 생각하는지'를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 63.963$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따른 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시서비스 제공이 중요하다고 응답한 그룹의 경우 만족도 '하' 그룹이 28명(13.6%)으로 가장 많았고, '중' 그룹이 27명(13.1%), '상' 그룹이 6명(2.9%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시서비스 제공이 중요하지 않다고 응답한 그룹의 경우 만족도 '상' 그룹이 80명(38.8%)으로 가장 많았고, '중' 집단이 58명(28.2%), '하' 집단이 7명(3.4%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 이용 여부 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 이용 여부의 경우 '외식을 할 때 영양정보표시 내용을 확인한 적이 있는지'를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 50.640$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따른 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시 서비스를 확인한 그룹의 경우 만족도 '중' 그룹이 60명(29.1%)으로 가장 많았고, '하' 그룹이 32명(15.5%), '상' 그룹이 25명(12.1%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시 서비스를 확인하지 않은 집단의 경우 만족도 '상' 그룹이 61명(29.6%)으로 가장 많았고, '중' 그룹이 25명(12.1%), '하' 그룹이 3명(1.5%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 편리성 인식 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 편리성의 경우 '외식 시 영양정보표시를 찾아보고 내용을 이해하기가 쉬운지'를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 36.879$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따른 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시 서비스 확인이 편리하다고 응답한 그룹의 경우 만족도 '중' 그룹이 56명(27.2%)으로 가장 많았고, '하' 그룹이 32명(15.5%), '상' 그룹이 30명(14.6%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시서비스

확인이 편리하지 않다고 응답한 그룹의 경우 만족도 ‘상’ 그룹이 56명(27.2%)으로 가장 많았고, ‘중’ 집단이 29명(14.1%), ‘하’ 집단이 3명(1.5%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 만족도 인식 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 만족도의 경우 ‘외식 시 영양정보표시 방법과 내용에 만족하는지’를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 37.674$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따른 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시 서비스의 표시 방법과 내용에 만족하는 그룹의 경우 만족도 ‘중’ 그룹이 54명(26.2%)으로 가장 많았고, ‘하’ 그룹이 31명(15.0%), ‘상’ 그룹이 27명(13.1%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시서비스의 표시 방법과 내용에 만족하지 않는 그룹의 경우 만족도 ‘상’ 그룹이 59명(28.6%)으로 가장 많았고, ‘중’ 그룹이 31명(15.0%), ‘하’ 그룹이 4명(1.9%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 영양정보표시 신뢰성 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 신뢰성의 경우 ‘외식업체에서 제공하는 영양정보표시를 신뢰하는지’를 알아보고 그 결과 $\chi^2 = 50.397$, $p < 0.001$ 로 나타나 응답 집단에 따른 만족도 그룹 차이가 있는 것으로 나타났다.

영양정보표시 서비스를 신뢰하는 그룹의 경우 만족도 ‘중’ 그룹이 32명(15.5%)으로 가장 많았고, ‘하’ 그룹이 28명(13.6%), ‘상’ 그룹이 11명(5.3%) 순으로 나타났다. 그러나 영양정보표시 서비스를 신뢰하지 않는 그룹의 경우 만족도 ‘상’ 그룹이 75명(36.4%)으로 가장 많았고, ‘중’ 집단이 53명(25.7%), ‘하’ 그룹이 7명(3.4%) 순으로 나타났다.($p < .001$)

표 13. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보 인식도 비교

구분			하 (n=35)	중 (n=85)	상 (n=86)	전체 (n=206)	χ^2
인지도	영양정보표시에	예	28(13.6)	67(32.5)	27(13.1)	122(59.2)	47.356***
	대해 알고 있습니까?	아니오	7(3.4)	18(8.7)	59(28.6)	84(40.8)	
인식도	영양정보표시	필요하다	27(13.1)	26(12.6)	5(2.4)	58(28.2)	62.992***
	제공이 필요하다고 생각합니까?	필요하지않다	8(3.9)	59(28.6)	81(39.3)	148(71.8)	
중요성	영양정보표시	중요하다	28(13.6)	27(13.1)	6(2.9)	61(29.6)	63.963***
	제공이 중요하다고 생각하십니까?	중요하지않다	7(3.4)	58(28.2)	80(38.8)	145(70.4)	
이용 여부	영양정보표시	있다	32(15.5)	60(29.1)	25(12.1)	117(56.8)	50.640***
	내용을 확인한 적이 있습니까?	없다	3(1.5)	25(12.1)	61(29.6)	89(43.2)	
활용도	영양정보표시를	쉬운 편이다	32(15.5)	56(27.2)	30(14.6)	118(57.3)	36.879***
	찾아보고 내용을 이해하기 쉽습니까?	쉽지 않다	3(1.5)	29(14.1)	56(27.2)	88(42.7)	

만족도	영양정보표시	만족한다	31(15.0)	54(26.2)	27(13.1)	112(54.4)	37.674***
	방법과 내용에 만족하십니까?	만족하지 않는다	4(1.9)	31(15.0)	59(28.6)	94(45.6)	
신뢰성	영양정보표시	신뢰하는편 이다	28(13.6)	32(15.5)	11(5.3)	71(34.5)	50.397***
	내용을 신뢰하십니까?	신뢰하지 않는 편이다	7(3.4)	53(25.7)	75(36.4)	135(65.5)	

7) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 '하' 그룹

8) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13~19점 '중' 그룹

9) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~25점 '상' 그룹

*** p<0.001

4. 외식업체 영양정보표시의 영향성 비교

키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도 그룹 간에 외식업체 영양정보표시 및 식품영양정보에 대한 인식 중 영향성에 차이가 있는지 알아보기 위해 일원배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였다.

‘자신의 건강 및 질병에 필요한 식품선택을 용이하게 한다’의 경우 $F=17.851$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.001을 기준으로 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다. 그룹 간 차이가 구체적으로 어떠한 양상을 띠는지 Scheffe test를 한 결과 만족도 ‘하’ 그룹, ‘중’ 그룹과 ‘상’ 그룹 사이의 영향성 평균 차이가 나타났다. ‘하’ 그룹 평균 3.63, ‘중’ 그룹 평균 3.65, ‘상’ 그룹 평균 4.24로 ‘상’ 그룹이 ‘하’ 그룹과 ‘중’ 그룹보다 영향성에 대한 평균 점수가 상대적으로 높았다.($p<.001$)

‘제품 선택 시 타제품과 쉽게 비교한다’의 경우 $F=20.816$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.001을 기준으로 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다. 그룹 간 차이가 구체적으로 어떠한 양상을 띠는지 Scheffe test를 한 결과 만족도 ‘하’ 그룹, ‘중’ 그룹과 ‘상’ 그룹 사이의 영향성 평균 차이가 나타났다. ‘하’ 그룹 평균 3.40, ‘중’ 그룹 평균 3.69, ‘상’ 그룹 평균 4.21로 ‘상’ 그룹이 ‘하’ 그룹과 ‘중’ 그룹보다 영향성에 대한 평균 점수가 상대적으로 높았다.($p<.001$)

‘영양지식이 향상된다’의 경우 $F=13.781$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.001을 기준으로 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다. 그룹 간 차이가 구체적으로 어떠한 양상을 띠는지 Scheffe test를 한 결과 만족도 ‘하’ 그룹, ‘중’ 그룹과 ‘상’ 그룹 사이의 영향도 평균 차이가 나타났다. ‘하’ 그룹 평균 3.63, ‘중’ 그룹 평균 3.58, ‘상’ 그룹 평균 4.14로 ‘상’ 그룹이 ‘하’ 그룹과 ‘중’ 그룹보다 영향성에 대한 평균 점수가 상대적으로 높았다.($p<.001$)

‘제품의 질이 향상되는 효과를 가져올 수 있다’의 경우 $F=23.599$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.001을 기준으로 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다. 그룹 간 차이가 구체적으로 어떠한 양상을 띠는지 Scheffe test를 한 결과 만족도 ‘하’ 그룹, ‘중’ 그룹과 ‘상’ 그룹 사이의 영향성 평균 차이가 나타났다. ‘하’ 그룹 평균 3.46, ‘중’ 그룹 평균 3.64, ‘상’ 그룹 평균 4.28로 ‘상’ 그룹이 ‘하’ 그룹과 ‘중’ 그룹보다 영향성에 대한 평균 점수가 상대적으로 높았다.($p<.001$)

표 14. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 외식업체 영양정보표시 및 식품 영양정보에 대한 영향성 비교

구분	하 (N=35)	중 (N=85)	상 (N=86)	전체 (N=206)	F	Scheffe
자신의 건강·질병에 필요한 식품선택을 용이하게 한다	3.63±0 .598	3.65±0 .719	4.24±0 .750	3.89±0. 770	17.851 ***	1,2<3
제품 선택 시 타제품과 쉽게 비교한다	3.40±0 .604	3.69±0 .655	4.21±0 .769	3.86±0. 762	20.816 ***	1,2<3
영양 지식이 향상된다	3.63±0 .770	3.58±0 .679	4.14±0 .785	3.82±0. 785	13.781 ***	1,2<3
제품의 질이 향상되는 효과를 가져올 수 있다	3.46±0 .657	3.64±0 .721	4.28±0 .762	3.87±0. 805	23.599 ***	1,2<3

10) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 ‘하’ 그룹

11) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13~19점 ‘중’ 그룹

12) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~25점 ‘상’ 그룹

*** p<0.001

5. 영양성분에 대한 관심도 비교

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보표시 중 영양성분에 대한 관심도를 키오스크 주문 서비스 만족도 그룹 간 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다. 에너지는 만족도 그룹에 따른 차이가 없었다. 그러나 나트륨, 탄수화물, 당류, 지방, 단백질, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤은 만족도 그룹 간에 차이가 있었다.

나트륨 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 8.205$, $p < 0.05$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 34명(16.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 1명(0.5%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 67명(32.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 18명(8.7%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 64명(31.1%)이었고 ‘확인한다’라고 응답한 경우는 22명(10.7%)으로 나타났다.($p < .05$)

탄수화물 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 29.865$, $p < 0.001$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 34명(16.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 1명(0.5%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 74명(35.9%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 11명(5.3%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 50명(24.3%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 36명(17.5%)으로 나타났다.($p < .001$)

당류 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 11.415$, $p < 0.01$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’는 35명(17.0%), ‘확인하지 않는다’는 0명(0.0%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 73명(35.4%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 12명(5.8%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 65명(31.6%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 21명(10.2%)으로 나타났다.($p < .01$)

지방 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 24.279$, $p < 0.001$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 34명(16.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 1명(0.5%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 67명(32.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 18명(8.7%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 48명(23.3%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 38명(18.4%)으로 나타났다.($p < .001$)

단백질 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 14.986$, $p < 0.01$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 35명(17.0%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 0명(0.0%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 76명(36.9%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 9명(4.4%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 64명(31.1%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 22명(10.7%)으로 나타났다.($p < .01$)

포화지방 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 19.450$, $p < 0.001$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 35명(17.0%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 0명(0.0%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 73명(35.4%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 12명(5.8%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 58명(28.2%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 28명(13.6%)으로 나타났다.($p < .001$)

트랜스지방 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 18.664$, $p < 0.001$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 34명(16.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 1명(0.5%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 71명(34.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 14명(6.8%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고

응답한 경우는 55명(26.7%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 31명(15.0%)으로 나타났다.($p < .001$)

콜레스테롤 항목을 살펴보면 $\chi^2 = 7.703$, $p < 0.05$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 34명(16.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 1명(0.5%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 74명(35.9%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 11명(5.3%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 67명(32.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 19명(9.2%)으로 나타났다.($p < .05$)

표 15. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 영양성분에 대한 관심도 비교

		하	중	상	전체	χ^2
		(n=35)	(n=85)	(n=86)	(n=206)	
에너지	확인하지	33(16.0)	75(36.4)	70(34.0)	178(86.4)	3.931
	않는다					
	확인한다	2(1.0)	10(4.9)	16(7.8)	28(13.6)	
나트륨	확인하지	34(16.5)	67(32.5)	64(31.1)	165(80.1)	8.205*
	않는다					
	확인한다	1(0.5)	18(8.7)	22(10.7)	41(19.9)	
탄수화물	확인하지	34(16.5)	74(35.9)	50(24.3)	158(76.7)	29.865***
	않는다					
	확인한다	1(0.5)	11(5.3)	36(17.5)	48(23.3)	
당류	확인하지	35(17.0)	73(35.4)	65(31.6)	173(84.0)	11.415**
	않는다					
	확인한다	0(0.0)	12(5.8)	21(10.2)	33(16.0)	
지방	확인하지	34(16.5)	67(32.5)	48(23.3)	149(72.3)	24.279***
	않는다					
	확인한다	1(0.5)	18(8.7)	38(18.4)	57(27.7)	
단백질	확인하지	35(17.0)	76(36.9)	64(31.1)	175(85.0)	14.986**
	않는다					
	확인한다	0(0.0)	9(4.4)	22(10.7)	31(15.0)	
포화지방	확인하지	35(17.0)	73(35.4)	58(28.2)	166(80.6)	19.450***
	않는다					
	확인한다	0(0.0)	12(5.8)	28(13.6)	40(19.4)	
트랜스지방	확인하지	34(16.5)	71(34.5)	55(26.7)	160(77.7)	18.664***
	않는다					
	확인한다	1(0.5)	14(6.8)	31(15.0)	46(22.3)	
콜레스테롤	확인하지	34(16.5)	74(35.9)	67(32.5)	175(85.0)	7.703*
	않는다					
	확인한다	1(0.5)	11(5.3)	19(9.2)	31(15.0)	

13) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 '하' 그룹

14) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13~19점 '중' 그룹

15) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~25점 '상' 그룹

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

6. 영양정보표시를 확인하는 이유에 대한 비교

키오스크 주문 서비스 이용 시 영양정보 표시를 확인하려는 이유를 키오스크 주문 서비스 만족도 그룹 간 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다. ‘체중 조절을 위해(체중조절)’ 항목과 ‘영양소 함량 확인을 위해(함량확인)’ 항목에서 그룹 간 차이가 있었다.

‘체중 조절을 위해’ 항목의 경우 $\chi^2 = 19.111$, $p < 0.001$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 34명(16.5%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 1명(0.5%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 77명(37.4%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 8명(3.9%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 60명(29.1%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 26명(12.6%)으로 나타났다.($p < .001$)

‘영양소 함량 확인을 위해’ 항목에서는 $\chi^2 = 8.278$, $p < 0.05$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 33(16.0)명, ‘확인한다’라고 응답한 경우는 2명(1.0%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 83명(40.3%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 2명(1.0%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘확인하지 않는다’라고 응답한 경우는 74명(35.9%), ‘확인한다’라고 응답한 경우는 12명(5.8%)으로 나타났다.($p < .05$)

‘주변에서 권유로’ 항목과 ‘기타’ 항목은 응답자가 없었다.

표 16. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 영양정보표시를 확인하는 이유

구분		하 (n=35)	중 (n=85)	상 (n=86)	전체 (n=206)	χ^2
체중조절 위해	확인하지	34(16.5)	77(37.4)	60(29.1)	171(83.0)	19.111***
	않음	1(0.5)	8(3.9)	26(12.6)	35(17.0)	
건강한 식습관에 대한 관심으로	확인하지	35(17.0)	75(36.4)	75(36.4)	185(89.8)	4.835
	않음	0(0.0)	10(4.9)	11(5.3)	21(10.2)	
영양소 함량확인 위해	확인하지	33(16.0)	83(40.3)	74(35.9)	190(92.2)	8.278*
	않음	2(1.0)	2(1.0)	12(5.8)	16(7.8)	
영양지식 얻기 위해	확인하지	35(17.0)	85(41.3)	85(41.3)	205(99.5)	1.402
	않음	0(0.0)	0(0.0)	1(0.5)	1(0.5)	
질병예방 위해	확인하지	35(17.0)	84(40.8)	82(39.8)	201(97.6)	3.228
	않음	0(0.0)	1(0.5)	4(1.9)	5(2.4)	
타사제품 비교 위해	확인하지	35(17.0)	83(40.3)	81(39.3)	199(96.6)	3.043
	않음	0(0.0)	2(1.0)	5(2.4)	7(3.4)	
주변에서 권유				-		
단순 호기심	확인하지	35(17.0)	84(40.8)	83(40.3)	202(98.1)	2.035
	않음	0(0.0)	1(0.5)	3(1.5)	4(1.9)	

에 대한 비교

- 16) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 ‘하’ 그룹
- 17) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13~19점 ‘상’ 그룹
- 18) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~25점 ‘상’ 그룹

* p<0.05, *** p<0.001

7. 식품정보표시에 대한 추가 요구도 비교

키오스크 주문 서비스 이용 시 식품정보표시에 대한 추가 요구도를 키오스크 주문 서비스 만족도 그룹 간 차이가 있는지 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다. ‘식재료의 유전자변형식품(GMO) 사용에 관한 정보’, ‘식재료의 주재료 효능·효과’, ‘식재료 중 식품알레르기 원인 식품의 사용 여부’ 항목을 제외하고 나머지 모든 항목에서 그룹 간 차이가 나타났다. ‘식재료의 주재료 효능·효과’ 항목은 응답자가 없었다.

‘카페인 함량에 관한 정보 항목’의 경우 $\chi^2 = 12.588$, $p < 0.01$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 28명(13.6%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 7명(3.4%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 70명(34.0%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 15명(7.3%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 51명(24.8%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 35명(17.0%)으로 나타났다.($p < .01$)

‘식품첨가물 사용에 관한 정보’ 항목의 경우 $\chi^2 = 8.627$, $p < 0.05$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 22명(10.7%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 13명(6.3%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 62명(30.1%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 23명(11.2%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 44명(21.4%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 42명(20.4%)으로 나타났다.($p < .05$)

‘식재료의 원산지에 관한 정보’ 항목의 경우 $\chi^2 = 14.908$, $p < 0.001$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 26명(12.6%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 9명(4.4%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 64명(31.1%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 21명(10.2%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 42명(20.4%), ‘필요하다’라고 응답한

경우는 44명(21.4%)으로 나타났다.($p < .01$)

‘농산물 식재료의 인증 여부’ 항목의 경우 $\chi^2 = 9.047$, $p < 0.05$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 24명(12.1%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 10명(4.9%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 61명(29.6%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 24명(11.7%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 44명(21.4%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 42명(20.4%)으로 나타났다.($p < .05$)

‘식품위생 안전 및 유해성’ 항목의 경우 $\chi^2 = 8.784$, $p < 0.05$ 로 만족도 ‘하’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 25명(12.1%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 10명(4.9%)으로 나타났다. ‘중’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 58명(28.2%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 27명(13.1%)으로 나타났다. ‘상’ 그룹에서 ‘필요하지 않다’라고 응답한 경우는 42명(20.4%), ‘필요하다’라고 응답한 경우는 44명(21.4%)으로 나타났다.($p < .05$)

표 17. 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 식품정보표시에 대한 추가 요구

도 비교

구분		1 (n=35)	2 (n=85)	3 (n=86)	전체 (n=206)	χ^2
카페인 함량 관련 정보	필요하지	28(13.6)	70(34.0)	51(24.8)	149(72.3)	12.588**
	않다				3)	
	필요하다	7(3.4)	15(7.3)	35(17.0)	57(27.7)	
식품 첨가물 사용 관련 정보	필요하지	22(10.7)	62(30.1)	44(21.4)	128(62.1)	8.627*
	않다				1)	
	필요하다	13(6.3)	23(11.2)	42(20.4)	78(37.9)	
식재료 원산지 관련 정보	필요하지	26(12.6)	64(31.1)	42(20.4)	132(64.1)	14.908**
	않다				1)	
	필요하다	9(4.4)	21(10.2)	44(21.4)	74(35.9)	
유전자 변형식 품(GM O) 사용 관련 정보	필요하지	27(13.1)	64(31.1)	57(27.7)	148(71.8)	2.303
	않다				8)	
	필요하다	8(3.9)	21(10.2)	29(14.1)	58(28.2)	
식재료 주재료 효능·효 과	필요하지			-		-
	않다					
	필요하다			-		
식재료 중 식품알 레르기 원인 식품 사용 여부	필요하지	23(11.2)	57(27.7)	50(24.3)	130(63.1)	1.584
	않다				1)	
	필요하다	12(5.8)	28(13.6)	36(17.5)	76(36.9)	
농산물 식재료 인증 여부	필요하지	25(12.1)	61(29.6)	44(21.4)	130(63.1)	9.047*
	않다				1)	
	필요하다	10(4.9)	24(11.7)	42(20.4)	76(36.9)	

식품위	필요하지	25(12.1)	58(28.2)	42(20.4)	125(60.7)	8.784*
생 안전	않다					
및	필요하다	10(4.9)	27(13.1)	44(21.4)	81(39.3)	
유해성						
19) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 5~12점 '상' 그룹						
20) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 13~19점 '중' 그룹						
21) 키오스크 주문 서비스 이용 만족도 점수 합 20~25점 '상' 그룹						

* p<0.05, ** p<0.01

제 4장 요약 및 결론

대학생의 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 영양표시정보 확인과 식품영양정보에 대한 인식조사를 위한 본 연구는 광주광역시 대학생 230명을 대상으로 설문조사 하여 그 중 206부를 대상으로 통계분석 후 연구를 하였으며, 성별은 남성 84명(40.8%), 여성 122명(59.2%)이다.

1. 조사대상자의 연령은 여성이 남성보다 '22세 ~ 26세'의 빈도가 높았고, 남성은 여성에 비하여 '20세', '21세', '28세'에서 높은 빈도를 보였고, ($p < .01$) 학년은 여성이 남성보다 '2학년 ~ 4학년'의 빈도가 높았고, 남성은 여성에 비하여 '1학년'에서 높은 빈도를 보였으며, ($p < .001$) 동행 사람 항목에서 여성이 남성보다 '가족', '친구'의 빈도가 높았고, 남성은 여성에 비하여 '혼자'에서 높은 빈도를 보였다. ($p < .05$)

2. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도 조사에서 각 항목들은 Likert 5점 척도로 조사되었으며 '친구, 동료들에게 추천 할 것 같다', '우선적으로 고려할 것 같다', '지속적으로 사용 할 것 같다' 항목에서 남녀 간 유의한 차이가 나타났다. ($p < .05$)

3. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 일반 환경 요인 및 이용에서 서비스 이용 이유, 이용 장소, 동행 사람 항목에 있어서 그룹 간 통계적으로 유의하게 나타났다. ($p < 0.05$) 이용 시간대, 개선사항 항목에서 그룹 간 통계적으로 유의하게 나타났으며, ($p < 0.01$) 과거대비 이용 횟수 항목에서 그룹 간 통계적으로 유의하게 나타났다. ($p < 0.001$)

4. 조사대상자에서 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 영양정보표시

활용도를 비교한 결과 ‘영양정보표시를 확인한다’, ‘영양정보표시를 확인하지 않는다’ 항목에서 만족도 그룹 간 통계적으로 유의하게 나타났다.($p < 0.001$)

5. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양표시정보 활용도에 있어서 만족도 그룹 간 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양표시정보 활용도에 대한 인지도, 필요성, 중요성, 이용여부, 편리성, 만족도, 신뢰성에서 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다.($p < .001$)

6. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도 간에 외식업체 영양표시 및 식품영양정보에 대한 인식 중 영향성 ‘자신의 건강 및 질병에 필요한 식품선택을 용이하게 한다’, ‘제품 선택 시 타 제품과 쉽게 비교한다’, ‘영양지식이 향상된다’, ‘제품의 질이 향상되는 효과를 가져올 수 있다’ 모든 항목에서 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났으며, ‘하’ 그룹, ‘중’ 그룹과 ‘상’ 그룹 사이의 영향도 평균 차이가 나타났다 ($p < .001$)

7. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 이용 만족도에 따른 외식 시 영양성분에 대한 관심도를 비교한 결과 만족도 그룹 간 항목을 살펴보면 나트륨($p < .05$) 탄수화물($p < .001$) 당류($p < .01$) 지방($p < .001$), 단백질($p < .01$), 포화지방($p < .001$), 트랜스지방($p < .001$), 콜레스테롤($p < .05$)에서 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다.

8. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 영양정보표시를 확인하는 이유에 대한 비교를 만족도 그룹 간 항목을 살펴보면 체중 조절을 위해’($p < .001$), ‘영양소 함량 확인을 위해’($p < .05$)에서 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다.

9. 조사대상자의 키오스크 주문 서비스 만족도에 따른 식품정보표시에 대한 요구도를 비교를 만족도 그룹 간 항목을 살펴보면 ‘카페인 함량에 관한 정보’(p<.01), ‘식품첨가물 사용에 관한 정보’(p<.05), ‘식재료의 원산지에 관한 정보’(p<.01), ‘농산물 식재료의 인증 여부’(p<.05), ‘식품위생 안전 및 유해성’(p<.05)에서 그룹 간 차이가 통계적으로 유의하게 나타났다.

본 연구 결과 키오스크 주문 서비스 이용은 간편·편리해서, 빠른 주문이 가능해서의 이유가 가장 많았으며, 키오스크를 많이 보유하고 있는 패스트푸드점에서 가장 많이 이용하고 있으며 이용 시 중요도는 이용 시에 간편해야 하고 짧은 시간 내에 주문을 할 수 있어야 한다고 조사 결과 나왔으며 개선사항으로는 키오스크 기계가 부족하고 이용법이 복잡하다는 조사가 나왔다. 외식업체에 키오스크 도입이 증가하고 있음에 따라 외식소비자들의 선호하는 영양표시정보 제공 방법은 키오스크 메뉴주문화면, 메뉴판, 스마트폰 QR코드 방식 등이 있었으나, 패스트푸드점 뿐만 아니라 일반 소규모 음식점에서의 키오스크 사용이 증가되고 있는 현 시점에 무관심, 영양표시가 너무 작거나 조잡하고 영양표시의 부재 등의 이유로 영양표시 내용을 확인하지 않는다고 조사되었다. 영양표시가 외식소비자들에게 질병예방과 타제품과 비교하여 더 좋은 제품을 선택할 수 있는 영양지식이 향상된다는 것을 알 수 있으며, 영양표시 외에 ‘식품첨가물 사용에 관한 정보’, ‘농산물 식재료의 인증 여부(유기농, 친환경 등)’, ‘카페인 함량에 관한 정보’ 등을 요구된다고 볼 수 있다.

오늘날 우리의 삶의 질이 높아지고 생활수준의 향상으로 건강한 삶을 영위하고자 하는 욕구도 늘어나고, 이러한 대중의 욕구를 반영하듯 키오스크는 다양한 형태의 식품관련 정보를 제공하고 있으며,(18) 국민의 식생활에 대한 행동 및 태도, 인식의 많은 영향을 주고 있다.(19) 영양표시제도는 식품의 영양적 정보를 소비자에게 제공하여 줌으로써 소비자들이 합리적이고 적절한 식품을 선택하여 건강한 식생활을 유지할 수 있도록 돕기 위한 제도이다. 식품이 가진 영양소는 대략 40여가지로 이

모든 영양소의 함량을 표시한다는 것은 불가능하지만 영양성분표시는 세계적으로 강화되고 있는 추세이다. 이에 따른 식품에 대한 적절한 정보 제공은 가정과 단체급식소 등에서 식품 선택에 많은 도움이 될 것이라고 사료된다. 현재 키오스크가 제공하는 정보(메뉴정보, 영양정보)에 관한 연구는 거의 없는 상태이므로, 앞으로 영양정보나 메뉴정보와 같이 키오스크가 제공하는 정보에 대한 연구가 활발해질 필요가 있다고 사료된다.(20) 선행연구자인 박정은은 영양정책 및 외식업체 운영과 관련한 시사점으로 외식영양정보 표시의 적용 대상을 지속적으로 확대할 필요가 있으며, 보다 많은 소비자들이 외식영양정보표시에 자주 노출될 수 있도록 하여 영양이나 건강 식습관과 관련된 메시지를 게시하는 것은 소비자들이 외식영양정보표시를 기반으로 메뉴 선택을 하도록 도울 수 있을 것이라고 하였고, 단순한 형식의 외식영양정보표시를 제공하여야 한다고 하였다.(21)

마지막으로 현재 우리 우리나라는 외식영양정보 표시 의무화 대상은 제과점과 피자, 햄버거를 판매하는 패스트푸드점 뿐이며, 이외의 외식업체는 자율적으로 외식영양정보표시를 제공하고 있다는 점에서 본 연구의 결과를 해석하는 데에 한계를 가진다. 이에 외식영양정보표시 의무화 대상이 제과점과 패스트푸드점으로 국한되어 있는 우리나라 실정에 맞게 동일한 업종의 동일한 외식영양정보표시를 제공하는 외식업체를 대상으로 연구가 진행되어야 할 필요가 있다고 사료된다.

제 5장 참고문헌

1. 박하정, “국내 외식산업의 현황과 발전방안에 관한 연구:-부산 지역 외식관광을 중심으로”, 부산대학교 대학원 석사학위논문, 2015.
2. 이은민, “4차 산업혁명과 산업구조의 변화”, 정보통신방송정책. 1-22, 2016.
3. 백영선, “수정된 IPA를 이용한 키오스크 서비스품질 속성에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2020.
4. 전효아·김경애·김상희, “고객의 관계혜택이 기술기반셀프서비스 지속 이용의도에 미치는 영향, 기술기반셀프서비스의 유형을 중심으로”, 마케팅관리연구. 27-49, 2018.
5. 신찬호·이현주, “항공사의 Self-Service Technology (SST) 품질이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향 연구”, 관광경영연구. 97-117, 2012.
6. 이철성·김영기·김승희, “외식산업 소상공인의 식재료비 영향요인에 대한 탐험적 연구”, 유통경영학회지. 101-110, 2017.
7. 서울경제(2019) <https://www.sedaily.com/NewsView/1VE4HV9RH5>
8. 박진형, “키오스크의 특성이 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향”, 경희대학교 대학원 석사학위논문, 2019.

9. 정성욱, “셀프서비스 키오스크에 대한 지각된 신뢰성이 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 건국대학교 대학위너 석사학위논문, 2018.
10. 박보령, “초등학교 자녀를 둔 주부의 가공식품 이용실태와 영양표시 제도의 인식도”, 영남대학교 교육대학원 석사학위논문, 2010.
11. 식품안전나라 <https://www.foodsafetykorea.go.kr/>
12. 식품의약품안전처 [mfds.go.kr/index.do](https://www.mfds.go.kr/index.do).
13. 정유선·양일선·함선옥, “외식 영양표시 제도에 대한 소비자의 사용동기, 장애요인과 확대 실시에 대한 인식”, 한국식생활문화학회. 190-196, 2015.
14. 정유선 등, “외식 영양표시에 대한 소비자의 인지도 및 만족도 조사”, 한국호텔외식경영학회. 221-237, 2014.
15. Pomeranz, J. L., & Brownell, K. D, “Legal and public health considerations affecting the success, reach, and impact of menu-labeling laws”, Journal Information, 2008.
16. 유상현, “기술기반셀프서비스편의성에 대한 만족도와 행동의도: 패스트푸드레스토랑의 키오스크를 중심으로”, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2018.
17. 김주희, “일부 청소년들에게서 대중매체로부터의 식품영양정보 이용정도가 식생활 및 영양지식 수준에 미치는 영향”, 경희대학교 교육대학원 석사학위논문, 2011.

18. 보건복지부, 식품영양정보 언론모니터링 사업 종합 보고서, www.mw.go.kr, 2004.
19. 구세영, “대중매체를 통한 식품영양정보의 이용형태 및 요구도 조사”, 경남대학교 교육대학원 석사학위논문, 2015.
20. 김인혜, “정보이용자의 식생활 스타일에 따른 영양정보 이용 실태 및 질 평가”, 대구대학교 대학원 석사학위논문, 2019.
21. 박신혜, “대학교 급식의 영양정보제공이 대학생들의 건강메뉴선택에 미치는 영향”, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2016.
22. 안현미, “대중매체 영양정보가 대학생의 영양지식과 식행동에 미치는 영향”, 영남대학교 교육대학원 석사학위논문, 2011.
23. 임정인, “항공사 키오스크 특성이 경험가치와 태도, 지속사용의도에 미치는 영향”, 경기대학교 대학원 석사학위논문, 2020.
24. 한지희, “패스트푸드 키오스크의 정보품질이 기술수용특성 및 고객 만족도와 행동의도에 미치는 영향”, 2018.
25. 정유진, “서산지역 일부 남중생의 비만도에 따른 영양표시에 관한 인식 및 식습관연구”, 단국대학교 교육대학원 석사학위논문, 2010.
26. 이수경, “중학생의 영양표시 인식정도에 따른 식품구입 경향 분석”, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, 2011.
27. 성소연, “경기지역 남녀 고등학생의 간식 구매행동과 영양표시에

- 대한 인식 및 이용실태”, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, 2010.
28. 박연정, “경기 북부지역 중학생의 식품영양표시에 대한 이해 및 인지도와 이용실태”, 건국대학교 교육대학원 석사학위논문, 2008.
29. 정명주, “서울 일부지역 중학생의 영양표시에 관한 이해 및 인식도 조사”, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, 2011.
30. 류경아, “서울 일부지역 중학생의 영양표시제도에 대한 확인 및 이용실태”, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, 2008.

광주지역 일부 대학생에서 외식 시 키오스크 주문 서비스 이용 실태 및 만족도 조사

안녕하십니까?

본 설문지는 '외식 시 키오스크 주문 서비스 이용 실태 및 만족도'를 조사하고자 마련한 것입니다. 설문지는 무기명으로 처리되며, 작성하신 설문조사의 결과는 석사학위 논문을 위한 연구에 쓰임을 알려드립니다. 여러분의 성의 있고 솔직한 답변은 연구에 소중한 자료가 될 것입니다. 바쁘신 와중에도 본 설문조사에 협조해주셔서 진심으로 감사드립니다.

2020년 12월

지도교수: 김복희 (조선대학교 식품영양학과)

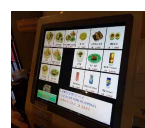
연구자: 박희연 (조선대학교 교육대학원)

문의사항: gml dus8742@naver.com



<키오스크>는 디지털 무인 주문시스템으로, 외식 업체에서 고객이 직원을 대면하지 않고 스스로 음식이나 서비스를 주문하고 결제하는 서비스입니다.

다음은 키오스크 서비스가 제공되는 대표적인 외식업체 사례들입니다.



I. 대상자 일반 환경 요인

1	성별	① 남학생 ② 여학생
2	연령	()세
3	학년	① 1학년 ② 2학년 ③ 3학년 ④ 4학년
4	월 평균 용돈	① 10만원 미만 ② 10만원 이상 ~30만원 미만 ③ 30만원 이상~50만원 미만 ④ 50만원 이상
5	거주형태	① 가족과 거주 ② 자취 ③ 하숙 ④ 기숙사 ⑤ 기타()

Ⅱ. 키오스크 주문 서비스 이용 실태 조사

1	서비스 이용 이유	① 간편/편리해서 ② 빠른 주문 가능해서 ③ 카드결제가 편해서 ④ 직원 통해 주문하기 싫어서 ⑤ 기타()
2	이용 장소	① 패스트푸드점 ② 카페 ③ 영화관 ④ 휴게소 ⑤ 샌드위치전문점 ⑥ 분식점 ⑦ 쌀국수전문점 ⑧ 기타()
3	이용 시간대	① 오전 9~12시 ② 12~15시 ③ 15시~18시 ④ 18시 이후 ⑤ 기타()
4	이용 빈도	① 월 1-3회 ② 월 4-6회 ③ 월 6-8회 ④ 월 10회 이상 ⑤ 기타()
5	1회 지출 평균 비용	① 5,000원 ② 5,000~10,000원 ③ 10,000~15,000원 ④ 15,000~20,000원 ⑤ 20,000원 이상
6	동행 사람	① 가족 ② 친구 / 학교교우 ③ 직장동료 ④ 혼자
7	이용 시 중요도	① 간편한 이용법 ② 개인정보 유출 안전성 ③ 정확한 메뉴 정보 ④ 짧은 시간 내 주문 ⑤ 기타()
8	개선 사항	① 복잡한 이용법 ② 기계 구비 부족 ③ 현금 결제 불가능 ④ 대면주문과 비슷한 서비스 ⑤ 기타()
9	과거 대비 이용 횟수	① 과거 대비 줄어든 편 ② 과거와 별 다른 차이 없음 ③ 과거 대비 늘어난 편 ④ 잘 모르겠음

Ⅲ. 키오스크 주문 서비스 이용 후 만족도 조사

외식업체 키오스크를 이용해 메뉴를 주문하는 것을...	그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
주변 사람들에게 긍정적으로 말할 것 같다.					
친구, 동료들에게 추천할 것 같다.					
우선적으로 고려할 것 같다.					
지속적으로 사용할 것 같다.					
직원이 있어도 키오스크를 사용할 것 같다.					

iv. 키오스크 주문 서비스 이용 시 영양표시정보 활용도 조사

1. 키오스크 주문 시 영양표시정보를 확인한 적이 있습니까? ()
 - ① 있다 ② 없다

2. 키오스크 주문 시 영양표시정보 제공이 필요하다고 생각하십니까? ()
 - ① 필요하다 ② 필요하지 않다

- β. 키오스크 주문 시 영양표시정보 제공 방법으로 선호하는 방식은 무엇입니까?
 - ① 키오스크 메뉴 주문 화면
 - ② 메뉴판(메뉴 보드)
 - ③ 제품 안내판(네임태그)
 - ④ 테이블 매트
 - ⑤ 홈페이지
 - ⑥ 포스터나 리플릿
 - ⑦ 영수증
 - ⑧ 스마트폰 QR코드 방식
 - ⑨ 기타 ()

v. 외식업체 영양 표시 및 식품영양정보에 대한 인식조사

인식도	인지도	외식업체에서 제공하는 영양표시 서비스에 대해 알고 있습니까? ① 예 ② 아니오
	필요성	외식업체에서 영양표시정보 제공이 필요하다고 생각하십니까? ① 필요하다 ② 필요하지 않다
	중요성	외식업체에서 영양표시정보 제공이 중요하다고 생각하십니까? ① 중요하다 ② 중요하지 않다
활용도	이용여부	외식을 할 때 영양표시 내용을 확인한 적이 있습니까? ① 있다 ② 없다
	활용여부	외식 시 영양표시 내용 중 확인한 사항은 무엇입니까? (해당 항목에 √ 표시)

	<table border="1"> <tr> <td>영양표시 성분</td> <td>확인한 적이 있다</td> <td>영양표시 성분</td> <td>확인한 적이 있다</td> </tr> <tr> <td>에너지</td> <td></td> <td>단백질</td> <td></td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td></td> <td>포화지방</td> <td></td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td></td> <td>트랜스지방</td> <td></td> </tr> <tr> <td>당류</td> <td></td> <td>콜레스테롤</td> <td></td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td></td> <td>무기질·비타민</td> <td></td> </tr> </table>	영양표시 성분	확인한 적이 있다	영양표시 성분	확인한 적이 있다	에너지		단백질		나트륨		포화지방		탄수화물		트랜스지방		당류		콜레스테롤		지방		무기질·비타민	
영양표시 성분	확인한 적이 있다	영양표시 성분	확인한 적이 있다																						
에너지		단백질																							
나트륨		포화지방																							
탄수화물		트랜스지방																							
당류		콜레스테롤																							
지방		무기질·비타민																							
편리성	외식 시 영양표시를 찾아보고 내용을 이해하기 쉬우십니까? ① 쉬운 편이다 ② 쉽지 않다																								
만족도	외식 시 영양표시 방법과 내용에 만족하십니까? ① 만족한다. ② 만족하지 않는다																								
이용동기	외식 시 영양표시 내용을 확인하는 이유는 무엇입니까? ① 체중 조절을 위해 ② 건강한 식습관에 대한 관심으로 ③ 영양소 함량 확인을 위해 ④ 영양지식을 얻기 위해 ⑤ 질병 예방을 위해 ⑥ 타사 제품과 비교를 위해 ⑦ 주변에서 권유로 ⑧ 단순 호기심에 ⑨ 기타()																								
	외식 시 영양표시 내용을 확인하지 않는 이유 는 무엇입니까? ① 관심이 없어서 ② 영양표시가 너무 작거나 조잡해서 ③ 영양표시를 이해하기 어려워서 ④ 영양표시가 없으므로 ⑤ 기타()																								
신뢰성	외식업체에서 제공하는 영양표시정보를 신뢰하십니까? ① 신뢰하는 편이다 ② 신뢰하지 않는 편이다																								
영향성	영양표시가 소비자에게 어떤 영향(도움)을 줄 수 있다고																								

		생각하십니까?					
		내 용	매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
		자신의 건강·질 병에 필요한 식품선택을 용이 하게 한다					
		제품 선택 시 타 제품과 쉽게 비교 한다					
		영양 지식이 향 상 된다					
		제품의 질이 향 상되는 효과를 가져 올 수 있다					
		영양표시정보 이외에 추가로 알고 싶은 식품영양정보는 무엇입니까? (해당 항목에 √ 표시)					
기타요구		식품영양정보 항목	정보 표시가 필요하다				
		카페인 함량에 관한 정보					
		식품첨가물 사용에 관한 정보					
		식재료의 원산지에 관한 정보					
		식재료의 유전자변형식품(GMO) 사용에 관한 정보					
		식재료의 주재료 효능·효과					
		식재료 중 식품알레르기 원인 식품의 사용 여부					
		농산물 식재료의 인증 여부 (예: 유기농, 친환경, 무농약 등)					
		식품위생 안전 및 유해성					