



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](#)

2023년 2월
교육학석사(영양교육)학위논문

광주지역 대학생의 디저트 섭취 실태와 식태도에 미치는 영향 연구

조선대학교 교육대학원

영양교육전공

나 현 정

광주지역 대학생의 디저트 섭취 실태와 식태도에 미치는 영향 연구

A Study on the Dessert Intake and Eating
Behavior of University Students
in Kwangju Area

2023년 2월

조선대학교 교육대학원

영양교육전공

나 현 정

광주지역 대학생의 디저트 섭취 실태와 식태도에 미치는 영향 연구

지도교수 이 주 민

이 논문을 교육학석사(영양교육)학위
청구논문으로 신청함.

2022년 10월

조선대학교 교육대학원

영양교육전공

나 현 정

나현정의 교육학 석사학위 논문을 인준함.

심사위원장 조선대학교 교수 김복희 인

심사위원 조선대학교 교수 이재준 인

심사위원 조선대학교 교수 이주민 인

2022년 12월

조선대학교 교육대학원

목 차

표 목 차	iv
ABSTRACT	v
I. 서론	1
II. 연구 내용 및 방법	3
1. 조사 대상 및 기간	3
2. 조사내용 및 방법	3
1) 인구통계학적 특성	3
2) 디저트에 대한 일반사항	4
3) 디저트에 대한 인식	4
4) 디저트 구매행동	4
5) 식습관 및 식태도	5
6) 식생활 라이프스타일	5
3. 자료처리 및 통계분석	6
III. 연구 결과	7
1. 조사대상자의 인구통계학적 특성	7
2. 디저트에 대한 일반사항	9
3. 인구통계학적 특성에 따른 디저트 인식 차이	13

1) 성별에 따른 차이	13
2) 연령에 따른 차이	15
3) 외식빈도에 따른 차이	18
4. 인구통계학적 특성에 따른 디저트 구매 행동 차이	21
1) 성별에 따른 차이	21
2) 월 용돈에 따른 차이	23
3) 수면시간에 따른 차이	26
5. 인구통계학적 특성에 따른 디저트 만족도 차이 ...	29
1) 성별에 따른 차이	29
2) 연령에 따른 차이	31
3) 월 용돈에 따른 차이	33
6. 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성	35
1) 디저트 인식의 탐색적 요인분석	35
2) 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성	37
3) 디저트 선택 및 섭취 시 고려사항이 디저트 만족도에 미치는 영향	39
7. 디저트 섭취에 따른 식생활 라이프스타일 차이	41
1) 식생활 라이프스타일의 탐색적 요인 분석	41
2) 디저트 섭취에 따른 식생활 라이프스타일 차이 ...	44

IV. 요약 및 결론	47
참고문헌	50

표 목차

<표 1> 조사대상자의 인구통계학적 특성	8
<표 2> 디저트에 대한 일반사항	11
<표 3> 성별에 따른 디저트 인식 차이	14
<표 4> 연령집단에 따른 디저트 인식 차이	16
<표 5> 외식빈도에 따른 디저트 인식 차이	19
<표 6> 성별에 따른 디저트 구매 행동 차이	22
<표 7> 월 용돈에 따른 디저트 구매 행동 차이	24
<표 8> 수면시간에 따른 디저트 구매 행동 차이	27
<표 9> 성별에 따른 디저트 만족도 차이	30
<표 10> 연령 따른 디저트 만족도 차이	32
<표 11> 월 용돈에 따른 디저트 만족도 차이	34
<표 12> 디저트 인식의 탐색적 요인분석	36
<표 13> 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성	38
<표 14> 디저트 선택 및 섭취 시 고려사항이 디저트 만족도에 미치는 영향	40
<표 15> 식생활 라이프스타일의 탐색적 요인분석	42
<표 16> 디저트 섭취 빈도에 따른 식생활 라이프스타일 차이	45
<표 17> 선호하는 디저트에 따른 식생활 라이프스타일 차이	46

ABSTRACT

A Study on the Dessert Intake and Eating Behavior of University Students in Kwangju Area

Na Hyun-Jeong

Advisor : Prof. Lee, Joomin, Ph. D.

Major in Nutrition Education

Graduate School of Education, Chosun University

This study attempted to investigate the effect of dessert intake, eating habits, dietary attitudes, and dietary lifestyle on college students in Gwangju, and the survey period was conducted from May 30, 2022 to June 30, 2022.

The gender of the survey subjects was men (40.6%) and women (59.4%), Age was the most common among those aged 20-21(39.5%). The frequency of drinking was the highest at hardly drink alcohol(50.2%), sleeping time was the highest at less than six to eight hours (59.0%), and eating out was the highest at two to three times (40.2%) a week. In addition, over 200,000 won to 400,000 won was the largest amount of pocket money.

In general matters regarding desserts, the frequency of dessert intake was the highest at 2 to 3 times(36.4%) per week, and the preferred dessert types were bakery(42.5%) and coffee(37.5%). The most common dessert eating time was after lunch(58.6%), and friends(52.5%) were mainly eating together. Cafes(41.4% and 82%) were the most frequently purchased desserts for both food and beverages.

The most common reason for purchasing desserts in these places was

easy access(42.1%), and the most common reason for eating desserts after meals was because of bored mouth(52.1%).

While showing a statistically significant difference in dessert perception according to gender, the question that female students have a higher average score difference than male students is 'Dessert intake helps relieve stress', 'Dessert intake can lead to nutritional imbalance' and 'Dessert intake has a positive effect'. The question that indicates a higher score difference for male students than female students is 'Choose a seasonal menu when choosing a dessert'.

The question that showed a statistically significant difference in dessert perception according to age was 'dessert intake affects health', and the average score difference was relatively higher in the group aged 24 and older than the group aged 22-23.

The question that showed a statistically significant difference in dessert perception according to the frequency of eating out was 'appropriate price is important when selecting desserts', and the average score difference was relatively higher in 2-3 times a week than 4 or more times a week.

Statistically significant differences in dessert purchasing behavior by gender were 'I am interested in desserts', 'I will buy desserts', 'I will buy desserts even if they are expensive' and 'I will recommend my favorite dessert to the surrounding area', and the difference in average scores for all questions was higher for female students than for male students.

In terms of differences in dessert purchasing behavior according to allowance, statistically significant questions were 'I will buy dessert even if it is expensive' and 'I will recommend my favorite dessert to the surrounding area'. In addition, the group with exceed than 600,000 won in pocket money showed a relatively higher average score difference than the group with less than 200,000 won.

In terms of differences in dessert purchasing behavior according to

sleep time, the statistically significant question was ‘I will recommend my favorite dessert to the surrounding area’. In addition, the group with less than 6 hours of sleep time showed a relatively higher average score difference than the group with exceed than 8 hours of sleep.

There was no statistically significant difference in dessert satisfaction according to gender and allowance.

In the difference in dessert satisfaction according to age, the group aged 22 to 23 showed a relatively higher average score difference in health satisfaction than the group aged 24 or older.

As a result of examining the correlation between eating habits and eating attitudes and dessert satisfaction, selection and intake considerations, it was found that there was a correlation between eating habits and dessert selection and intake considerations. Next, as a result of examining the effect of dessert selection and intake considerations on eating habits, it was found that an increase in dessert considerations by 1 has the same effect as a rise in eating habits by 0.301.

The items showing a statistically significant difference in attitude toward new food according to the frequency of dessert consumption were ‘Tend to try trendy food’, ‘Tend to buy new products’, ‘I tend to go to good restaurants’, ‘I tend to buy food on impulse’, and the group who frequently ate dessert had a higher average score. In addition, the difference in meal resolution types according to the frequency of dessert intake showed a statistically significant difference. These questions include ‘delivery, eat take-out food often’, ‘eat instant food often’ and ‘eat out often’. These showed high average scores in the group that frequently intake desserts.

There was no statistically significant difference in the difference in interest in healthy food according to the preferred dessert, and the item showing a statistically significant difference in food purchase considerations according to the preferred dessert was ‘Purchase discount or event food first’, and showed a high average score in the group that preferred vegetable and fruit desserts.

I. 서론

한국 사회에서 본래 디저트는 ‘식사를 끝마친 후 가볍게 즐기는 음식’, 즉 후식의 개념으로 여겨지고 있었고, 19세기 이후 경제적인 어려움을 겪던 우리나라에서는 밥과 반찬이 한 끼의 가장 중요한 요소로 여겼으며, 후식의 개념이던 디저트를 부차적인 것으로 인식하여 중시하지 않았다(이용숙, 2020). 그러나 경제가 성장하고 사회가 변해감에 따라 식품산업의 발전이 이루어졌고, 더불어 디저트 산업도 큰 발전을 이루었다. 이제 디저트는 본래의 개념에서 벗어나 간식, 식전, 식사 대용, 식후와 상관없이 개인의 취향에 따라 다양하게 변화해갔고, 소비자들의 수요가 증가하면서 디저트 메뉴의 세분화·다양화가 진행되었으며, 디저트 판매처 역시 크게 확대되었다. 1999년 첫 스타벅스의 입점 이후 커피전문점 프랜차이즈가 크게 늘었고(황장선&도선재, 2009), 커피전문점은 커피와 같은 음료 디저트뿐만 아니라 함께 곁들일 수 있는 식품 디저트들을 선보이기 시작했다. 해를 거듭할수록 많은 디저트 브랜드들이 생겨나고 해외 유명 디저트 브랜드들이 입점했으며, 마트나 편의점 등 접근성이 좋은 상점들에서도 디저트를 쉽게 접할 수 있게 되었다. 이러한 상황을 입증하듯 2016년 한국농수산식품유통공사와 농림축산식품부가 발표한 ‘2016 국내 외 외식시장 조사’에 따르면 2014년 국내 디저트 외식시장 규모는 매출액(8조 9760억) 기준으로 전년 대비 13.9% 증가하였고, 전체 외식시장(83조 8000억)의 10.7%를 차지하는 것으로 조사되었다. 또한 2018년 국내 디저트 외식시장 규모는 매출액(1조 5000억) 기준으로 5배가량 성장하였다(뉴시스, 2020. 08. 08). 이렇게 성장해 가는 디저트 시장에서 가장 큰 소비 축을 담당하는 것은 단연 2030세대라고 할 수 있다.

특히 대학생들은 밖에서의 활동이 많아지고 대인관계가 넓어지는 변화를 겪는데, 이 시기는 젊고 건강한 시기로 건강에 대한 관심은 낮은 반면 새롭고 맛있는 음식에 대한 호기심은 크며, 구매력은 점점 커지는 시기라고 할 수 있다(김경희, 2003). 외식 활동은 이전에 가정식, 학교급식 등과 같은 획일적인 식사 형태를 가졌던 것에 반해, 대학생이 되면서 스스로 식사 메뉴와 외식업체를 선택할 수 있게 된다(엄문자&류미현, 2002). 이들은 가치관과 라이프스타일에 따라 디저트 등 외식에 대한 생각과 욕구도 다르고, 소비패턴 역시 매우 다양하다(한미희&김경자, 2008). 이 때문에 대학생들에게 있어서 디저트 소비가 단순히 맛만을 추구해서 이루어지는 것으로 보기에 는 무리가 있다. 대학생들은 디저트를 소비하는 행위 자체

를 놀이로써 이용하기도 하는데 일차적인 놀이로 맛있는 디저트 먹기, 예쁜 사진 찍기, 친구와 대화하기 등을 들 수 있으며, 이차적인 놀이로는 자신이 찍은 예쁜 사진을 SNS에 게시하여 타인과 공유한다는 것이다(이용숙, 2020). 그리고 대학생과 같은 젊은 층 사이에서 ‘포미족1)’, ‘디저트노마족2)’, ‘스몰러셔리3)’와 같이 감성 소비를 추구하는 경향이 드러난다는 것을 알 수 있는데, 특히 대학생들에게 있어서 디저트는 감성 소비를 하기 좋은 대상이다. 너무 비싸지 않은 가격과 예쁜 모양, 다양한 종류와 맛을 가졌고, 판매하는 곳도 편의점을 비롯하여, 카페, 베이커리샵, 디저트 전문점 등으로 다양해서 접근성도 높다. 대학생들의 디저트에 대한 가치관과 라이프스타일, 소비트렌드 등에 따라 디저트 소비는 지속적으로 증가하고 있다.

하지만 늘어나는 대학생들의 디저트 소비에 따라 몇 가지 우려점 또한 동반되는데, 그중 하나는 대부분의 디저트가 높은 당과 열량을 함유하고 있다는 점이다. 높은 당과 열량을 가진 식품의 잦은 섭취와 과량섭취가 지속적으로 이루어진다면, 각종 성인병을 유발하는 원인이 될 수 있기 때문이다. 또 다른 하나는 영양불균형을 초래할 수 있다는 점이다. 최근에 다양한 종류의 디저트가 나타나면서 건강을 생각한 디저트도 출시되고 있기는 하나 아직 그 수가 기존 디저트들에 비하면 턱없이 부족하고, 일반적으로 사람들이 건강을 위해 디저트를 섭취하는 것이 아니기 때문에 영양적으로 균형 잡힌 디저트를 찾기란 어렵다. 그러나 이제는 단순히 디저트를 후식으로 섭취하는 것을 넘어서 식사 대용으로 섭취하는 비율이 늘고 있는데, 이 같은 섭취 형태가 장기간 지속된다면 대학생들의 식생활과 건강 상태 전반에 어떤 영향을 미치게 될지 알 수 없다. 대학생은 차세대 주역이고 가정과 사회를 이끌어 가야 하는 역할을 담당해야 하므로 이 시기의 바람직한 식습관은 이후의 건강을 결정하는 중요한 요인이 된다(김경희, 2003).

따라서 본 연구에서는 광주지역 대학생을 대상으로 디저트에 대한 인식, 구매 행동, 인구통계학적 특성, 식태도, 식습관 등의 조사를 통해 대학생들의 디저트 섭취 실태를 파악하고, 조사항목 간의 비교분석을 통해 상관성에 대해 알아볼 것이며, 이를 바탕으로 본 연구를 대학생들의 바람직한 식생활 개선을 위한 기초자료로 제공하고자 한다.

-
- 1) 자신이 가치를 두는 것에는 과감한 투자를 한다는 뜻
 - 2) 맛있고 예쁜 디저트를 찾아다닌다는 뜻
 - 3) 나를 위한 작은 사치라는 뜻

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구에 광주지역 대학생 300명을 대상으로 자기 기입법을 통해 2022년 5월 30일 ~ 2022년 6월 30일까지 설문조사를 진행하였으며, 회수한 응답지 300부 중에서 응답이 불완전한 응답을 한 39부를 제외한 261부를 분석에 사용하였다. 본 연구는 조선대학교 생명윤리위원회의 심의를 승인받고 규정을 준수하며 수행되었다. (IRB-2-1041055-AB-N-01-2022-35)

2. 조사 방법 및 내용

광주지역 대학생들을 대상으로 사전에 설문에 대한 목적과 응답 방법을 충분하게 설명하였으며, 직접 대학교를 방문하여 설문지를 배부하는 대면 형식으로 진행하였다. 설문조사는 자기 기입법을 통해 이루어졌고, 설문지 내용은 선행 연구(박은주, 2019; 김혜민, 2009; 손인락, 2008; 김경희, 2003)를 토대로 하여 수정 및 보완을 거쳐 구성하였다.

1) 인구통계학적 특성

조사대상자들의 성별, 연령, 음주 빈도, 평균 수면시간, 외식빈도, 외식 시 평균 지출 비용, 월평균 용돈 등 인구통계학적 특성을 나타낼 수 있는 문항들로 구성되었다.

2) 디저트에 대한 일반사항

디저트 섭취 빈도, 섭취 시간대, 구매장소, 섭취 이유, 선호하는 디저트 종류에 관한 문항들로 구성되었다.

3) 디저트에 대한 인식

디저트에 대한 인식에 대해 알아보기 위해 ‘디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다.’, ‘디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다.’, ‘디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 맛이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다.’ 등 총 15문항으로 구성하였다.

‘전혀 아니다’ 1점, ‘아니다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 Likert식 척도법으로 계산하여 점수화하였고, ‘디저트 섭취가 건강에 영향을 끼친다.’, ‘디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다.’를 제외한 나머지 항목의 점수가 높을수록 디저트에 대한 긍정적인 인식을 가진 것으로 판단하였다.

4) 디저트 구매 행동

디저트 구매 행동에 대해 알아보기 위해 ‘나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다.’, ‘나는 디저트에 관심이 많다.’, ‘나는 디저트를 구매할 것이다.’, ‘나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다.’, ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에게 권유할 것이다.’ 등 총 7 문항으로 구성하였다.

‘전혀 아니다’ 1점, ‘아니다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 Likert식 척도법으로 계산하여 점수화하였고, 문항별 점수가 높을수록 디저트

에 대한 구매율이 높은 것으로 판단하였다.

‘나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트의 품질이 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다.’는 각각 디저트에 대한 ‘건강’, ‘품질’, ‘심리적’ 만족도를 의미하며, 구매 행동뿐만 아니라 디저트에 대한 만족도 조사로도 활용하였다.

5) 식습관 및 식태도

식습관과 관련하여 ‘아침 식사를 규칙적으로 챙겨 먹는다.’, ‘식사 속도는 적당하다.’, ‘평소 식사를 정해진 시간에 맞춰 규칙적으로 한다.’, ‘평소 식사 섭취 시 여러 가지 영양소를 다양하게 섭취한다.’ 등을 포함 총 7문항으로 구성하였고, 식태도와 관련하여 ‘스트레스를 받았을 때 음식 섭취로 해소하는 경향이 있다.’, ‘야식을 자주 즐기는 편이다.’ 등을 포함 총 3문항으로 구성하였다.

식습관에 관한 문항은 ‘전혀 아니다’ 1점, ‘아니다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점으로 Likert식 척도법으로 계산하여 점수화하였고, 식습관에 관한 문항별 점수가 높을수록 바람직한 식습관을 가지고 있는 것으로 판단하였다. 식태도에 관한 문항은 역코딩을 사용하여 ‘전혀 아니다’ 5점, ‘아니다’ 4점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 2점, ‘매우 그렇다’ 1점으로 Likert식 척도법으로 계산하여 점수화하였고, 식태도에 관한 문항별 점수가 높을수록 바람직한 식태도를 가지고 있는 것으로 판단하였다.

6) 식생활 라이프스타일

식생활 라이프스타일에 대해 알아보기 위해 총 20문항으로 구성하였고, 탐색적 요인분석을 통해서 연관성을 가진 문항끼리 분류하여 분석에 사용하였다.

20문항 중에서 ‘간편식을 자주 먹는 편이다.’, ‘식사 준비 시간을 아끼는 편이다.’, ‘배달, 테이크아웃 음식을 자주 먹는 편이다.’ 등 총 6문항에 대해서 ‘식사 해결 유형’

으로 분류하였고, ‘새로운 음식을 추구하는 편이다.’, ‘맛집을 찾아다니며 먹는 것을 좋아한다.’, ‘신제품이 나오면 구매하여 먹는 편이다.’ 등 총 5문항에 대해서 ‘새로운 식품에 대한 태도’로 분류하였다. ‘식품 종류가 다양한 곳에서 구매한다.’, ‘할인이나 행사 식품을 우선 구매한다.’, ‘구매 시 항상 가격을 확인하다.’ 등 총 5문항에 대해서 ‘식품의 선택과 구매’로 분류하였고, ‘먹을 때 영양을 고려한다.’, ‘첨가물을 확인하는 편이다.’, ‘식품 성분을 확인하는 편이다.’ 등 총 4문항에 대해서 ‘식품 정보에 대한 관심도’로 분류하였다.

3. 자료처리 및 통계분석

통계분석은 SPSS 27.0 프로그램을 이용하였고, 조사대상자들의 인구통계학적 특성과 디저트에 대한 일반사항은 기술통계와 빈도분석을 실시하여 빈도와 백분율로 표시하였다. 인구통계학적 특성과 디저트에 대한 인식, 구매 행동 간의 차이를 알아보기 위해 독립표본 t검정(Independent sample t-test), 일원 배치 분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였고, 디저트에 대한 인식, 구매 행동에 따른 만족도를 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way ANOVA)과 사후검정(Scheffe test)을 실시하였다. 식태도 및 식습관과 디저트 만족도, 섭취 및 선택 시 고려사항 간의 상관성을 알아보기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)과 상관분석, 회귀분석을 실시하였다. 식생활 라이프스타일 문항 간의 연관성을 알아보기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 사용하였고, 연관성 있는 문항끼리 분류하여 디저트에 대한 태도와 관련이 있는지 알아보기 위해 상관분석과 회귀분석을 실시하였다.

Ⅲ. 연구 결과

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

성별은 남자(40.6%), 여자(59.4%)로 나타났고, 연령(만)은 20-21세(39.5%)가 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 19세 이하(24.1%), 22-23세(21.5%), 24세 이상(14.9%)로 나타났다. 월평균 음주 빈도는 거의 마시지 않는 군(50.2%), 마시는 군(33.0%), 많이 마시는 군(16.9%)로 나타났으며, 평균 수면시간은 6시간-8시간 미만(59.0%)이 가장 많았고, 다음으로 8시간 이상(29.5%), 6시간 미만(11.5%)이며 6시간 미만이 가장 적은 것으로 나타났다. 주 평균 외식빈도는 2-3회(40.2%), 1회 이하(30.7%) 4회 이상(29.1%)순으로 나타났고, 외식 평균 지출비용은 19695.4(원/회)으로 표준오차는 16345.2(원/회)였다. 월평균 용돈은 20만원 초과-40만원(38.3%)으로 가장 많았으며, 다음으로 20만원 이하(28.4%), 40만원 초과-60만원(21.1%), 60만원 초과(12.3%)로 60만원 초과가 가장 적은 것으로 조사되었다.

<표 1> 조사대상자의 인구통계학적 특성

(N=261)

특성	구분	N(%)
성별	남자	106(40.6%)
	여자	155(59.4%)
연령(만)	19세 이하	63(24.1%)
	20-21세	103(39.5%)
	22-23세	56(21.5%)
	24세 이상	39(14.9%)
음주빈도 ¹⁾	거의 마시지 않음	131(50.2%)
	마심	86(33.0%)
	많이 마심	44(16.9%)
평균 수면시간	6시간 미만	30(11.5%)
	6시간-8시간 미만	154(59.0%)
	8시간 이상	77(29.5%)
외식빈도 ²⁾	1회 이하	80(30.7%)
	2-3회	105(40.2%)
	4회 이상	76(29.1%)
외식 시 평균 지출 비용(원/회)		19695.4±16345.2 ³⁾
용돈 ¹⁾	20만원 이하	74(28.4%)
	20만원 초과-40만원	100(38.3%)
	40만원 초과-60만원	55(21.1%)
	60만원 초과	32(12.3%)

1) 월평균

2) 주 평균

3) Mean ± S.D.

2. 디저트에 대한 일반사항

디저트에 대한 일반사항은 <표 2>와 같다.

디저트 섭취 빈도는 주 2-3회(36.4%)로 가장 많았고, 다음으로 월 3-4회(28.4%), 주 3-4회(13.8%), 주 6회 이상(8%), 먹지 않음(0.8%)으로 먹지 않음이 가장 적은 것으로 나타났다.

선호하는 디저트 종류는 베이커리류¹⁾(42.5%)가 가장 많았으며, 다음으로 아이스크림(27.2%), 과일(19.2%), 초콜릿(8.4%), 샐러드류(1.9%), 스틱류(0.8%)로 스틱류가 가장 낮은 것으로 나타났다. 선호하는 디저트 종류(음료류)는 커피류(37.5%)로 가장 많았고, 다음으로 과일주스류(21.8%), 탄산음료(17.6%), 스무디류(16.9%), 버블티류(5.4%), 채소음료류(0.8%)로 채소음료류가 가장 낮은 것으로 나타났다.

디저트 섭취 시간대는 점심 식사 후(58.6%)가 가장 많았으며, 다음으로 저녁 식사 후(31%), 식사 대용(6.5%), 기타(3.1%), 아침 식사 후(0.8%)로 아침 식사 후가 가장 적은 것으로 나타났다. 기타의견은 배가 고플 때, 수시로 등이 조사되었다.

주로 같이 섭취하는 사람은 친구(52.5%)가 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 혼자(18.8%), 가족(15.3%), 연인(12.3%), 직장동료(1.1%)로 직장동료가 가장 적은 것으로 나타났다.

디저트 구매처(식품류)는 카페(41.4%)가 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 베이커리샵(20.7%), 편의점(18%), 디저트 전문점(16.5%), 기타(3.4%)로 나타났다. 기타의견은 마트, 과일 도매 등으로 조사되었다. 디저트 구매처(음료류)는 카페(82%)로 전체의 2/3가량 비율을 차지하는 것으로 나타났고, 다음으로 편의점(11.5%), 베이커리샵(3.8%), 디저트 전문점(1.5%), 기타(1.1%)로 나타났다.

이러한 장소에서 디저트를 구매하는 이유는 접근성 용이(42.1%)가 가장 많은 것으로 나타났으며, 맛이 좋음(38.7%), 섭취 장소 편리성(11.5%), 인테리어가 마음에 듭니다(5.4%), 기타(2.3%)로 나타났다. 기타의견은 시험공부, 대화하기 위해, 전문성 등으로 조사되었다.

식후 디저트를 섭취하는 이유는 입이 심심해서(52.1%)가 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 습관적(19.5%), 스트레스 완화(14.2%), 기타(7.7%), 포만감

1) 케이크, 마카롱 등

이 부족하여(6.5%)로 나타났다. 기타의견은 맛이 있어서, 타인의 권유, 줄음을 쫓으려고 등으로 조사되었다. 디저트 이용 시 1회 지출 비용은 평균 9239.9원이었고, 평균 오차는 9246.1원으로 조사되었다.

<표 2> 디저트에 대한 일반사항

(N=261)		
특성	구분	N(%)
섭취 빈도	먹지 않음	2(0.8%)
	월 1-2회	33(12.6%)
	월 3-4회	74(28.4%)
	주 2-3회	95(36.4%)
	주 3-4회	36(13.8%)
	주 6회 이상	21(8%)
선호하는 디저트 종류	초콜릿	22(8.4%)
	베이커리류(케이크, 마카롱 등)	111(42.5%)
	아이스크림	71(27.2%)
	스틱류	2(0.8%)
	과일	50(19.2%)
	샐러드류	5(1.9%)
	과일주스류	57(21.8%)
선호하는 디저트 종류 (음료류)	채소음료류	2(0.8%)
	탄산음료	46(17.6%)
	커피류	98(37.5%)
	스무디류	44(16.9%)
	버블티류	14(5.4%)
	아침 식사 후	2(0.8%)
디저트 섭취 시간대	점심 식사 후	153(58.6%)
	저녁 식사 후	81(31%)
	식사 대응	17(6.5%)
	기타	8(3.1%)

<표 2> (계속)

(N=261)		
특성	구분	N(%)
주로 같이 섭취하는 사람	친구	137(52.5%)
	가족	40(15.3%)
	연인	32(12.3%)
	직장동료	3(1.1%)
	혼자	49(18.8%)
디저트 구매처 (식품류)	카페	108(41.4%)
	편의점	47(18%)
	베이커리샵	54(20.7%)
	디저트전문점	43(16.5%)
	기타	9(3.4%)
디저트 구매처 (음료류)	카페	214(82%)
	편의점	30(11.5%)
	베이커리샵	10(3.8%)
	디저트전문점	4(1.5%)
	기타	3(1.1%)
이러한 장소에서 디저트를 구매하는 이유	접근성 용이	110(42.1%)
	섭취 장소 편리성	30(11.5%)
	맛이 좋음	101(38.7%)
	인테리어가 마음에 듦	14(5.4%)
	기타	6(2.3%)
식후 디저트를 섭취하는 이유	포만감이 부족하여	17(6.5%)
	입이 심심해서	136(52.1%)
	습관적으로	51(19.5%)
	스트레스 완화	37(14.2%)
	기타	20(7.7%)
디저트 이용 시 1회 지출 비용(원)		9239.9±9246.1 ¹⁾

¹⁾ Mean ± S.D

3. 인구통계학적 특성에 따른 디저트 인식 차이

1) 성별에 따른 차이

<표 3>는 성별에 따른 디저트 인식 차이를 알아보기 위해 독립표본 t검정 (Independent sample t-test)을 실시한 결과이다.

성별에 따른 디저트 인식 차이 값을 살펴보면, ‘디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다.’는 여학생(4.21 ± 0.67)이 남학생(3.89 ± 0.83)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈고($p < 0.01$). ‘디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다.’ 또한 여학생(3.80 ± 0.91)이 남학생(3.47 ± 1.05)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈으며($p < 0.05$), ‘적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다.’에서도 여학생(4.35 ± 0.67)이 남학생(4.04 ± 0.83)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.01$). ‘디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다.’는 남학생(3.38 ± 1.04)이 여학생(3.37 ± 1.09)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다.

‘디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다.’, ‘디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다.’, ‘디저트 섭취 시 원재료를 확인한다.’, ‘디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 맛이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다.’에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 3> 성별에 따른 디저트 인식 차이

(N=261)

변수	성별		t(p)
	남자(N=106)	여자(N=155)	
디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다	3.89±0.83 ¹⁾	4.21±0.67	-3.487(0.001)**
디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다	3.69±0.94	3.85±0.80	-1.457(0.147)
디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다	3.47±1.05	3.80±0.91	-2.614(0.010)*
적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다	4.04±0.83	4.35±0.67	-3.340(0.001)**
디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다	2.82±3.12	2.50±1.25	1.141(0.318)
디저트 섭취 시 원재료를 확인한다	2.45±1.21	2.51±1.23	-0.369(0.712)
디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다	3.71±0.94	3.86±0.88	-1.383(0.168)
디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다	3.38±1.04	3.37±1.09	0.071(0.010)*
디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다	3.77±0.95	3.98±0.81	-1.836(0.068)
디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다	4.30±0.76	4.34±0.64	-0.461(0.645)
디저트 선택 시 맛이 중요하다	4.51±0.64	4.54±0.63	-0.328(0.743)
디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다	3.83±0.93	3.91±0.89	-0.694(0.488)
디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다	3.51±0.97	3.61±0.94	-0.861(0.390)
디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다	3.69±0.1	3.84±0.96	-1.222(0.223)
디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다	3.95±0.88	4.14±0.81	-1.792(0.074)

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

2) 연령에 따른 차이

연령집단에 따른 디저트 인식에 대한 점수 평균 차이가 있는지 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였다<표 4>.

연령집단에 따른 디저트 인식 차이 값을 살펴보면, ‘디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다.’는 $F=5.807$, $p=0.001$ 으로 유의수준 0.01을 기준으로 통계적으로 유의하게 나타나, 사후검정으로 Scheffe test를 진행한 결과 22-23세 집단과 24세 이상 집단 간의 ‘디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다.’에 대한 점수 평균 차이가 나타났다. 22-23세 집단의 점수가 평균 3.45점, 24세 이상 집단은 평균 4.05점으로 24세 이상 집단의 ‘디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다.’에 대한 인식이 상대적으로 더 높았다.

다음으로 ‘디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다.’, ‘디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다.’, ‘적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다.’, ‘디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다.’, ‘디저트 섭취 시 원재료를 확인한다.’, ‘디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다.’, ‘디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 맛이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다.’에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 4> 연령집단에 따른 디저트 인식 차이

(N=261)

변수	연령(만)				F(p)
	19세 이하 (N=63)	20-21세 (N=103)	22-23세 (N=56)	24세 이상 (N=39)	
디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다	4.10±0.64 ¹⁾	4.17±0.76	4.02±0.77	3.92±0.90	1.126(0.339)
디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다	4.00±0.65	3.74±0.65	3.45±0.99	4.05±0.69	5.807(0.001)**
디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다	3.89±0.79	3.63±1.02	3.46±1.08	3.69±0.98	2.239(0.087)
적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다	4.24±0.84	4.30±0.65	4.21±0.76	4.00±0.83	1.532(0.207)
디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다	2.68±1.28	2.71±3.14	2.61±1.34	2.38±1.27	0.216(0.885)
디저트 섭취 시 원재료를 확인한다	2.59±1.24	2.44±1.11	2.68±1.36	2.18±1.23	1.494(0.217)
디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다	3.71±0.87	3.75±0.92	3.93±0.95	3.90±0.85	0.835(0.476)
디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다	3.32±1.01	3.21±1.06	3.63±1.09	3.51±1.10	2.107(0.100)
디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다	4.05±0.73	3.84±0.92	3.93±0.95	3.74±0.85	1.176(0.319)
디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다	4.41±0.59	4.34±0.68	4.29±0.71	4.21±0.83	0.809(0.490)
디저트 선택 시 맛이 중요하다	4.59±0.53	4.50±0.68	4.59±0.60	4.41±0.68	0.908(0.438)
디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다	4.03±0.76	3.81±0.97	3.98±0.92	3.67±0.90	1.951(0.125)
디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다	3.56±0.89	3.66±0.88	3.54±1.06	3.41±1.07	0.700(0.533)
디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다	3.97±0.76	3.79±0.96	3.80±0.98	3.41±1.23	2.260(0.085)
디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다	4.13±0.77	3.98±0.91	4.16±0.87	4.05±0.72	0.703(0.551)

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 4> (계속)

(N=261)

구분	디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다			
	N	Mean±SD	F(p)	Scheffe
연령	19세 이하 ^a	63	4.00±0.65	5.807(0.001)** c<d
	20-21세 ^b	103	3.74±0.65	
	22-23세 ^c	56	3.45±0.99	
	24세 이상 ^d	39	4.05±0.69	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 외식빈도에 따른 차이

외식빈도에 따른 디저트 인식 간의 점수 평균 차이가 있는지 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였다<표 5>.

외식빈도에 따른 디저트 인식 차이 값을 살펴보면, ‘디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다.’는 $F=3.515$, $p=0.031$ 로 유의수준 0.05를 기준으로 통계적으로 유의하게 나타나, 사후검정으로 Scheffe test를 진행한 결과 4회 이상과 2-3회 간의 ‘디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다.’에 대한 점수 평균 차이가 나타났다. 4회 이상의 점수가 평균 4.20점, 2-3회는 평균 4.46점으로 2-3회의 ‘디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다’에 대한 인식이 상대적으로 더 높았다.

다음으로 ‘디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다.’, ‘디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다’, ‘디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다.’, ‘적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다.’, ‘디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다.’, ‘디저트 섭취 시 원재료를 확인한다.’, ‘디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다.’, ‘디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 맛이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다.’, ‘디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다.’에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 5> 외식빈도에 따른 디저트 인식 차이

(N=261)

변수	외식빈도 ²⁾			F(p)
	1회 이하 (N=80)	2-3회 (N=105)	4회 이상 (N=76)	
디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다	4.05±0.73 ¹⁾	4.10±0.80	4.09±0.73	0.093(0.911)
디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다	3.73±0.83	3.90±0.88	3.70±0.88	1.444(0.238)
디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다	3.58±0.98	3.70±1.02	3.71±0.94	0.503(0.605)
적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다	4.16±0.72	4.27±0.82	4.22±0.69	0.434(0.649)
디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다	2.94±3.51	2.56±1.25	2.41±1.29	1.211(0.300)
디저트 섭취 시 원재료를 확인한다	2.54±1.19	2.57±1.31	2.32±1.11	1.068(0.345)
디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다	3.73±0.93	3.91±0.84	3.72±0.95	1.395(0.250)
디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다	3.21±1.04	3.46±1.13	3.42±1.01	1.307(0.272)
디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다	3.85±0.86	3.99±0.89	3.82±0.86	1.047(0.353)
디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다	4.28±0.73	4.46±0.60	4.20±0.73	3.515(0.031)*
디저트 선택 시 맛이 중요하다	4.54±0.64	4.61±0.55	4.39±0.71	2.620(0.075)
디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다	3.83±0.92	4.01±0.86	3.75±0.94	2.011(0.136)
디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다	3.55±0.83	3.63±1.01	3.51±1.00	0.350(0.705)
디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다	3.85±0.97	3.70±1.01	3.80±0.94	0.537(0.585)
디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다	4.06±0.75	4.10±0.91	4.01±0.84	0.261(0.771)

¹⁾ Mean ± S.D.

²⁾ 주평균

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 5> (계속)

(N=261)

구분	디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다		
	Mean±SD	F(p)	Scheffe
연령	1회 이하 ^a	4.28±0.73	
	2-3회 ^b	4.46±0.60	3.515(0.031)*
	4회 이상 ^c	4.20±0.73	c<b

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4. 인구통계학적 특성에 따른 디저트 구매 행동 차이

1) 성별에 따른 차이

<표 6>에는 성별에 따른 디저트 구매 행동 차이가 제시되었다.

성별에 따른 디저트 구매 행동 차이 값을 살펴보면, ‘나는 디저트에 관심이 많다.’은 여학생(3.63 ± 0.96)이 남학생(2.96 ± 1.10)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈고($p < 0.001$), ‘나는 디저트를 구매할 것이다.’에서도 여학생(4.07 ± 0.80)이 남학생(3.54 ± 0.98)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.001$). 또한 ‘나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다.’에서 여학생(3.22 ± 1.02)이 남학생(2.49 ± 1.01)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈으며($p < 0.001$), ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다.’에서도 여학생(4.14 ± 0.77)이 남학생(3.63 ± 0.98)보다 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다($p < 0.001$).

‘나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다.’에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 6> 성별에 따른 디저트 구매 행동 차이

(N=261)

변수	성별		t(p)
	남자 (N=106)	여자 (N=155)	
나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다	2.77±0.90 ¹⁾	2.68±0.76	0.868(0.386)
나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다	3.54±0.84	3.43±0.76	1.057(0.292)
나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다	2.91±1.12	3.07±1.14	-1.160(0.247)
나는 디저트에 관심이 많다	2.96±1.10	3.63±0.96	-5.174(0.000)***
나는 디저트를 구매할 것이다	3.54±0.98	4.07±0.80	-4.653(0.000)***
나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다	2.49±1.01	3.22±1.02	-5.695(0.000)***
나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다	3.63±0.98	4.14±0.77	-4.432(0.000)***

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

2) 용돈에 따른 차이

용돈에 따른 디저트 구매 행동 차이가 있는지 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였다<표 7>.

그 결과, ‘나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다.’에서 $F=10.146$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.001을 기준으로 통계적으로 유의하게 나타났으며, ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다.’에서 $F=3.543$, $p=0.015$ 으로 유의수준 0.05를 기준으로 통계적으로 유의하게 나타났다. 사후검정으로 Scheffe test를 진행한 결과 ‘나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다.’, ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다.’에서 모두 월 용돈 60만원 초과 그룹이 20만원 이하 그룹보다 상대적으로 높은 평균 점수 차이를 나타내는 것으로 조사되었다. ‘나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다.’에서 20만원 이하 집단의 점수는 평균 2.66점이었고, 60만원 초과 그룹은 3.75점이었으며, ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다.’에서는 20만원 이하 그룹 평균 3.74점, 60만원 초과 그룹 평균 4.22점인 것으로 나타났다.

‘나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다.’, ‘나는 디저트에 관심이 많다.’, ‘나는 디저트를 구매할 것이다.’에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 7> 용돈에 따른 디저트 구매 행동 차이

(N=261)

변수	용돈(월)				F(p)
	20만원 이하 (N=74)	20만원 초과 -40만원 (N=100)	40만원 초과 -60만원 (N=55)	60만원 초과 (N=32)	
나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다	2.73±0.90 ¹⁾	2.68±0.79	2.67±0.84	2.91±0.69	0.692(0.557)
나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다	3.38±0.81	3.48±0.75	3.42±0.83	3.78±0.79	2.083(0.103)
나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다	2.89±1.07	2.96±1.06	2.96±1.28	3.47±1.16	2.143(0.095)
나는 디저트에 관심이 많다	3.20±1.12	3.34±1.01	3.40±1.13	3.69±0.97	1.589(0.192)
나는 디저트를 구매할 것이다	3.77±0.96	3.85±0.85	3.85±1.01	4.06±0.84	0.763(0.561)
나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다	2.66±1.14	2.75±0.98	3.11±1.01	3.75±0.88	10.146(0.000)***
나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다	3.74±1.01	3.86±0.80	4.15±0.93	4.22±0.71	3.543(0.015)*

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 7> (계속)

(N=261)

구분		나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다			
		N	Mean±SD	F(p)	Scheffe
용돈 (월)	20만원 이하 ^a	74	2.66±1.14	10.146(0.000) ^{***}	a<d
	20만원 초과 -40만원 ^b	100	2.75±0.98		
	40만원 초과 -60만원 ^c	55	4.15±0.93		
	60만원 초과 ^d	32	4.22±0.71		
구분		나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다			
		N	Mean±SD	F(p)	Scheffe
용돈 (월)	20만원 이하 ^a	74	3.74±1.01	3.543(0.015) [*]	a<d
	20만원 초과 -40만원 ^b	100	3.86±0.80		
	40만원 초과 -60만원 ^c	55	4.15±0.93		
	60만원 초과 ^d	32	4.22±0.71		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 수면시간에 따른 차이

수면시간에 따른 디저트 구매 행동 차이가 있는지 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였다<표 8>.

그 결과, ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다.’는 $F=4.342$, $p=0.014$ 으로 유의수준 0.01을 기준으로 통계적으로 유의하게 나타나, 사후검정으로 Scheffe test를 진행한 결과 수면시간 8시간 이상 집단과 6시간 미만 집단 간의 디저트 구매 행동 차이가 나타났다. 8시간 이상 집단의 ‘나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다.’에 대한 점수가 평균 3.82점, 6시간 미만 집단은 평균 4.37점으로 6시간 미만 집단의 디저트 구매 행동 점수가 상대적으로 더 높았다.

‘나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다.’, ‘나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다.’, ‘나는 디저트에 관심이 많다.’, ‘나는 디저트를 구매할 것이다.’, ‘나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다.’에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 8> 수면시간에 따른 디저트 구매 행동 차이

(N=261)

변수	수면시간			F(p)
	6시간 미만 (N=30)	6-8시간 (N=154)	8시간 초과 (N=77)	
나는 디저트가 건강에 좋다고 생각한다	2.67±1.00	2.70±0.75	2.78±0.88	0.303(0.739)
나는 디저트가 품질이 좋다고 생각한다	3.73±0.91	3.44±0.79	3.44±0.75	1.813(0.165)
나는 디저트가 나의 가치를 높인다고 생각한다	3.30±1.40	3.01±1.04	2.87±1.20	4.021(0.209)
나는 디저트에 관심이 많다	3.53±1.20	3.37±1.08	3.26±0.99	0.740(0.478)
나는 디저트를 구매할 것이다	3.93±1.11	3.84±0.92	3.84±0.83	0.126(0.882)
나는 디저트가 비싸도 구매할 것이다	3.30±1.29	2.93±1.06	2.77±1.00	2.700(0.069)
나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다	4.37±0.89	3.90±0.90	3.82±0.85	4.342(0.014)**

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 8> (계속)

(N=261)

구분	나는 내가 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 것이다			
	N	Mean±SD	F(p)	Scheffe
연령	6시간 미만 ^a	30	4.37±0.89	4.342(0.014)** c<a
	6시간-8시간 미만 ^b	154	3.90±0.90	
	8시간 이상 ^c	77	3.82±0.85	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

5. 인구통계학적 특성에 따른 디저트 만족도 차이

1) 성별에 따른 차이

성별 간에 디저트 만족 점수 평균 차이가 있는지 알아보기 위해 독립표본 t검정(Independent sample t-test)을 실시하였다<표 9>.

디저트 만족도는 ‘건강’, ‘품질’, ‘심리적 요인’으로 나눠 조사하였고 그 결과, 디저트의 건강 만족도는 $t=0.868$, $p=0.368$, 디저트의 품질 만족도는 $t=1.057$, $p=0.292$, 디저트가 가져오는 심리적인 만족도는 $t=-1.160$, $p=0.247$ 로 유의확률(p) 값이 0.05보다 크게 나타나 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서 성별 간에 디저트 만족도는 점수 평균의 차이가 없다고 할 수 있다.

<표 9> 성별에 따른 디저트 만족도 차이

변수	성별		t(p)
	남자	여자	
	(N=106)	(N=155)	
디저트의 건강 만족도	2.77±0.90 ¹⁾	2.68±0.76	0.868(0.386)
디저트 품질 만족도	3.54±0.84	3.43±0.76	1.057(0.292)
디저트가 가져오는 심리적인 만족도	2.91±1.12	3.07±1.14	-1.160(0.247)

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

2) 연령에 따른 차이

연령집단 간에 디저트 만족 점수 평균 차이가 있는지 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였다<표 10>.

디저트 만족도는 ‘건강’, ‘품질’, ‘심리적 요인’으로 나눠 조사하였고 그 결과, 디저트의 건강 만족도는 $F=4.636$, $p=0.004$ 으로 유의수준 0.01을 기준으로 통계적으로 유의하게 나타나, 사후검정으로 Scheffe test를 진행한 결과 24세 이상 집단과 22-23세 집단 간의 디저트의 건강 만족도 평균 차이가 나타났다. 24세 이상 집단의 만족도 점수가 평균 2.38점, 22-23세 집단은 평균 3.00점으로 22-23세 집단의 디저트의 건강 만족도가 상대적으로 더 높았다.

디저트의 품질 만족도와 디저트가 가져오는 심리적인 만족도 또한 연령에 따른 차이를 알아보기 위해 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시한 결과 각각 $F=0.729$, $p=0.535$ 과 $F=1.449$, $p=0.229$ 로 유의확률(p) 값이 0.05보다 크게 나타나 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서 연령집단 간에 디저트의 품질 만족도와 연령집단 간에 디저트가 가져오는 심리적인 만족도는 점수 평균의 차이가 없다고 할 수 있다.

<표 10> 연령에 따른 디저트 만족도 차이

(N=261)

구분		디저트의 건강 만족도					
		N	평균	표준편차	F	p	scheffe
연령	19세 이하 ^a	63	2.67	0.672	4.636	0.004**	d<c
	20-21세 ^b	103	2.73	0.795			
	22-23세 ^c	56	3.00	0.972			
	24세 이상 ^d	39	2.38	0.747			
구분		디저트의 품질 만족도					
		N	평균	표준편차	F	p	scheffe
연령	19세 이하 ^a	63	3.48	0.759	0.729	0.535	n/a
	20-21세 ^b	103	3.43	0.762			
	22-23세 ^c	56	3.61	0.824			
	24세 이상 ^d	39	3.48	0.792			
구분		디저트가 가져오는 심리적인 만족도					
		N	평균	표준편차	F	p	scheffe
연령	19세 이하 ^a	63	3.21	1.019	1.449	0.229	n/a
	20-21세 ^b	103	3.04	1.146			
	22-23세 ^c	56	2.84	1.247			
	24세 이상 ^d	39	2.82	1.073			

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 용돈에 따른 차이

월 용돈 범위 간에 디저트 만족 점수 평균 차이가 있는지 알아보기 위해 <표 11>과 같이 일원 배치 분산분석(one-way Anova)을 실시하였고, 디저트 만족도는 '건강', '품질', '심리적 요인'으로 나눠 조사하였다.

그 결과, 각각 월 용돈 범위 간에 디저트의 건강 만족도는 $F=0.692$, $p=0.577$, 품질 만족도는 $F=0.741$, $p=0.528$, 디저트가 가져오는 심리적인 만족도는 $F=1.309$, $p=0.272$ 로 나타났으며, 세 가지 항목 모두 유의확률(p) 값이 0.05보다 크게 나타나 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서 월 용돈 범위 간에 디저트 만족도는 점수 평균의 차이가 없다고 할 수 있다.

<표 11> 용돈에 따른 디저트 만족도 차이

(N=261)

구분		디저트의 건강 만족도				
		N	평균	표준편차	F	p
용돈 (월)	20만원 이하 ^a	74	2.73	0.896	0.692	0.557
	21-40만원 ^b	100	2.68	0.790		
	41-60만원 ^c	55	2.67	0.840		
	61만원 이상 ^d	32	2.91	0.689		
구분		디저트의 품질 만족도				
		N	평균	표준편차	F	p
용돈 (월)	20만원 이하 ^a	74	3.38	0.806	2.083	0.103
	21-40만원 ^b	100	3.48	0.745		
	41-60만원 ^c	55	3.42	0.832		
	61만원 이상 ^d	32	3.78	0.792		
구분		디저트가 가져오는 심리적인 만족도				
		N	평균	표준편차	F	p
용돈 (월)	20만원 이하 ^a	74	2.89	1.067	2.143	0.095
	21-40만원 ^b	100	2.96	1.063		
	41-60만원 ^c	55	2.96	1.276		
	61만원 이상 ^d	32	3.47	1.164		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

6. 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성

1) 디저트 인식의 탐색적 요인분석

<표 12>와 같이 디저트에 대한 인식 문항 20개의 구성개념 타당도를 파악하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하여 잠재 요인을 추출하였다.

표본적합도(MSA)는 0.785로 나타나 본 자료가 요인분석에 적합하다고 할 수 있었고, Bartlett의 구형성 검정 결과, $x^2=2088.784$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.05를 기준으로 ‘만족도 척도’ 변수 간의 상관성이 인정되어 전반적으로 요인분석이 가능하다고 할 수 있다.

이에 따라 5개의 하위요인이 추출되었으나, 요인1과 요인5만을 각각 ‘디저트 선택 시 고려사항(맛, 재료)’, ‘디저트 섭취 시 고려사항(영양)’으로 명명하였고, 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성에 대해서 알아보기 위한 자료로 사용하였다.

<표 12> 디저트 인식의 탐색적 요인분석

KMO의 표본적합도(MSA) 검정	Bartlett의 구형성 검정					p	
	Approx χ^2	자유도(df)					
0.712	884.019	105					0.000***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

항목	공통성	요인					요인명
		1	2	3	4	5	
디저트 선택 시 메뉴의 다양성이 중요하다	0.599	0.717					디저트 선택 시 고려사항 (맛, 재료 측면)
디저트 선택 시 식재료의 신선함이 중요하다	0.508	0.669					
디저트 선택 시 적절한 가격이 중요하다	0.617	0.658					
디저트 선택 시 맛이 중요하다	0.535	0.540					
디저트 선택 시 파티쉐의 실력이 중요하다	0.519	0.514					
디저트 선택 시 먹는 장소의 분위기가 중요하다	0.663		0.787				디저트 섭취 시 고려사항(영양)
디저트 선택 시 쾌적한 서비스가 중요하다	0.590		0.747				
디저트 선택 시 서비스까지의 시간이 중요하다	0.582		0.719				
디저트 섭취가 건강에 영향을 미친다	0.819			0.899			
디저트 섭취로 인해 영양불균형이 초래될 수 있다	0.766			0.859			
디저트는 스트레스 해소에 도움이 된다	0.724				0.841		디저트 섭취 시 고려사항(영양)
적당한 디저트 섭취는 긍정적인 효과가 있다	0.722				0.836		
디저트 섭취 시 원재료를 확인한다	0.625					0.737	
디저트 섭취 시 영양성분을 확인한다	0.537					0.708	
디저트 선택 시 계절 메뉴를 선택한다	0.471					0.471	
고유값		3.972	2.966	2.530	1.931		
분산비율(%)		19.858	14.832	12.648	9.656		

※ Extraction Method: EFA(exploratory factor analysis)

※ Rotation Method: varimax

2) 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성

<표 13>은 식습관 및 식태도, 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관관계를 제시하고 있다.

식습관 및 식태도, 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상대적 영향력을 알아보기 위해 Pearson 상관분석을 실시하여 두 변수 간의 상관관계를 알아보았다.

그 결과, 식습관과 디저트 섭취 시 고려사항 간의 상관관계가 $r=0.304$, $p=0.000$ 으로 나타났고, 디저트 만족도와 디저트 선택 시 고려사항 간의 상관관계가 $r=0.231$, $p=0.000$ 으로 나타났으며, 디저트 만족도와 디저트 섭취 시 고려사항 간의 상관관계는 $r=0.220$, $p=0.000$, 디저트 선택 시 고려사항과 디저트 섭취 시 고려사항 간의 상관관계도 $r=0.237$, $p=0.000$ 으로 모두 정(+)^적 상관관계를 나타냈다. 이외에 다른 변수들 사이에서는 상관관계가 나타나지 않았다.

<표 13> 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성

	식습관	식태도	디저트 만족도	디저트 선택 시 고려사항	디저트 섭취 시 고려사항
식습관	1				
식태도	0.039	1			
디저트 만족도	0.119	-0.103	1		
디저트 선택 시 고려사항	0.086	0.077	0.231***	1	
디저트 섭취 시 고려사항	0.304***	0.002	0.220***	0.273***	1

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 디저트 선택 및 섭취 시 고려사항이 디저트 만족도에 미치는 영향

<표 14>와 같이 디저트 선택 및 섭취 시 고려사항이 디저트 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 선형 회귀분석을 실시하였다. 분석 방법은 입력을 선택하였다.

그 결과, $F=13.171(p<0.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있으며, $adj. R^2=0.086$ 으로 8.6%의 설명력을 나타냈다. 디저트 섭취 시 고려사항은 $\beta=0.301(p<0.001)$ 로 나타나 통계적으로 유의하다고 할 수 있으며, 즉 디저트 섭취 시 고려사항이 디저트 만족도에 유의한 영향을 미치고 있다고 할 수 있다. β 부호는 정(+)적이므로 디저트 섭취 시 고려사항이 1증가하면 디저트 만족도가 0.301만큼 높아진다고 할 수 있다.

디저트 선택 시 고려사항은 $\beta=0.003(p>.05)$ 으로 나타나 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 14> 디저트 선택 및 섭취 시 고려사항이 디저트 만족도에 미치는 영향

변수	비표준화 계수		표준화 계수	t(p)	TOL	VIF
	B	SE	β			
(상수)	2.051	0.328		6.245***		
디저트 선택 시 고려사항	0.004	0.082	0.003	0.050	0.925	1.081
디저트 섭취 시 고려사항	0.243	0.049	0.301	4.923***		
$F(p)$				13.171***		
adj. R^2				0.086		
Durbin-Watson				0.70138		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

7. 디저트 섭취에 따른 식생활 라이프스타일 차이

1) 식생활 라이프스타일의 탐색적 요인분석

<표 15>와 같이 식생활 라이프스타일 문항 20개의 구성개념 타당도를 파악하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하여 잠재 요인을 추출하였다.

표본적합도(MSA)는 0.785로 나타나 본 자료가 요인분석에 적합하다고 할 수 있었고, Bartlett의 구형성 검정 결과, $x^2=2088.784$, $p=0.000$ 으로 유의수준 0.05를 기준으로 ‘만족도 척도’ 변수 간의 상관성이 인정되어 전반적으로 요인분석이 가능하다고 할 수 있다. 이에 따라 4개의 하위요인이 추출되었으며, 각 라이프스타일 문항의 요인에 대하여 요인1은 ‘건강한 식품에 대한 관심도’, 요인2는 ‘새로운 식품에 대한 태도’, 요인3은 ‘식사 해결 유형’, 요인4는 ‘식품 구매 시 고려사항’으로 명명하였다.

<표 15> 식생활 라이프스타일의 탐색적 요인분석

KMO의 표본적합도(MSA) 검정	0.785	
Bartlett의 구형성 검정	Approx χ^2	2088.784
	자유도(df)	190
	p	0.000***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 15> (계속)

항목	공통성	요인				요인명
		1	2	3	4	
먹을 때 영양을 고려한다	0.787	0.873				건강한 식품에 대한 관심도
식품 성분을 확인하는 편이다	0.765	0.866				
첨가물을 확인하는 편이다	0.711	0.826				
건강을 위해 음식을 가려먹는 편이다	0.605	0.775				
건강식품, 자연식품을 자주 먹으려 한다	0.595	0.754				
식품의 원산지, 유효기간을 확인하는 편이다	0.387	0.501				
신제품이 나오면 구매하여 먹는 편이다	0.620		0.801			새로운 식품에 대한 태도
유행하는 음식은 꼭 먹어보는 편이다	0.484		0.730			
맛집을 찾아다니며 먹는 것을 좋아한다	0.670		0.711			
새로운 음식을 추구하는 편이다	0.594		0.636			
충동구매로 음식을 구입하는 편이다	0.488		0.498			
식사준비 시간을 아끼는 편이다	0.661			0.720		식사 해결 유형
배달, 테이크아웃 음식을 자주 먹는 편이다	0.533			0.718		
간편식을 자주 먹는 편이다	0.480			0.708		
인스턴트 음식을 자주 먹는다	0.160			0.674		
외식을 자주 하는 편이다	0.679			0.484		
구매 시 항상 가격을 확인한다	0.639				0.809	식품 구매 시 고려사항
할인이나 행사 식품을 우선 구매한다	0.433				0.776	
음식은 영양보다 맛이 중요하다	0.533				0.481	
식품 종류가 다양한 곳에서 구매한다	0.557				0.307	
고유값		3.972	2.966	2.530	1.931	
분산비율(%)		19.858	14.832	12.648	9.656	

※ Extraction Method: EFA(exploratory factor analysis)

※ Rotation Method: varimax

2) 디저트 섭취에 따른 식생활 라이프스타일 차이

<표 16>과 같이 디저트 섭취 빈도에 따른 식생활 라이프스타일 차이를 제시하였다. 식생활 라이프스타일은 [새로운 식품에 대한 태도], [식사 해결 유형]으로 분류하여 디저트 섭취 빈도에 따른 차이가 있는지 알아보았다.

<표 16>을 살펴보면, [새로운 식품에 대한 태도]에서 ‘유행하는 음식은 꼭 먹어보는 편이다.’, ‘신제품이 나오면 구매하여 먹는 편이다.’, ‘맛집을 찾아다니며 먹는 것을 좋아한다.’, ‘충동구매로 음식을 구입하는 편이다.’ 모두 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다.($p < .05$, $p < .001$). 대체적으로 디저트를 가끔 섭취하는 집단에 비해서 자주 섭취하는 집단에서 새로운 음식에 대해 적극적인 태도를 보이는 것으로 나타났다. ‘새로운 음식을 추구하는 편이다.’는 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다.

[식사 해결 유형]에서 ‘배달, 테이크아웃 음식을 자주 먹는 편이다.’, ‘인스턴트 음식을 자주 먹는다.’, ‘외식을 자주 하는 편이다.’는 통계적으로 유의한 차이를 나타냈으며($p < .05$, $p < .001$), 디저트를 가끔 섭취하는 집단에 비해서 자주 섭취하는 집단이 외식과 인스턴트 음식 섭취가 더 높은 것으로 나타났다. ‘식사준비 시간을 아끼는 편이다.’, ‘간편식을 자주 먹는 편이다.’는 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다.

<표 17>과 같이 선호하는 디저트에 따른 식생활 라이프스타일 차이를 제시하였다. 식생활 라이프스타일은 [건강한 식품에 대한 관심도], [식품 구매 시 고려사항]으로 분류하여 선호하는 디저트에 따른 차이가 있는지 알아보았다.

<표 17>을 살펴보면, [건강한 식품에 대한 관심도]는 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다. [식품 구매 시 고려사항]은 ‘할인이나 행사 식품을 우선 구매한다.’에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며($p < .05$), 상대적으로 채소·과일류를 선호하는 집단에 비해 단순당류를 선호하는 집단이 할인·행사 식품을 우선 구매하는 것으로 나타났다. 나머지 문항은 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다.

결론적으로 [건강한 식품에 대한 관심도]와 [식품 구매 시 고려사항]은 좋아하는 디저트에 따라 차이를 나타내지 않는다고 할 수 있다.

<표 16> 디저트 섭취 빈도에 따른 식생활 라이프스타일 차이

(N=261)

변수	디저트 섭취 빈도			F(p)
	가끔 섭취 (N=35)	종종 섭취 (N=169)	자주 섭취 (N=57)	
새로운 식품에 대한 태도				
신제품이 나오면 구매하여 먹는 편이다	2.74±1.20	3.01±1.04	3.40±1.24	3.596(0.032)*
유행하는 음식은 꼭 먹어보는 편이다	2.86±1.14	3.02±1.05	3.77±1.05	12.223(0.000)***
맛집을 찾아다니며 먹는 것을 좋아한다	3.34±1.14	3.38±0.97	3.93±0.96	7.063(0.001)***
새로운 음식을 추구하는 편이다	3.03±1.27	3.18±0.90	3.23±1.17	0.289(0.750)
충동구매로 음식을 구입하는 편이다	2.89±1.32	2.90±1.06	3.39±1.21	3.760(0.028)*
식사 해결 유형				
식사준비 시간을 아끼는 편이다	3.26±0.89	3.25±0.94	3.56±0.95	2.402(0.093)
배달, 테이크아웃 음식을 자주 먹는 편이다	3.00±1.09	3.41±1.06	3.95±0.97	9.791(0.000)***
간편식을 자주 먹는 편이다	3.29±0.96	3.47±0.91	3.58±1.00	1.059(0.348)
인스턴트 음식을 자주 먹는다	3.14±1.06	3.36±1.00	3.91±0.89	9.584(0.000)***
외식을 자주 하는 편이다	3.03±1.34	3.05±0.99	3.49±1.12	3.617(0.032)*

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 17> 선호하는 디저트에 따른 식생활 라이프스타일 차이

(N=261)

변수	선호하는 디저트 종류			F(p)
	단순당류 (N=93)	빵류 (N=113)	채소·과일류 (N=55)	
건강한 식품에 대한 관심도				
먹을 때 영양을 고려한다	2.90±0.95	2.91±0.96	3.22±1.05	2.208(0.112)
식품 성분을 확인하는 편이다	2.60±0.99	2.78±1.12	3.02±1.27	2.2449(0.088)
첨가물을 확인하는 편이다	2.66±1.03	2.71±1.09	2.85±1.24	0.574(0.564)
건강을 위해 음식을 가려먹는 편이다	2.77±0.92	2.92±0.96	2.98±0.99	0.992(0.372)
건강식품, 자연식품을 자주 먹으려 한다	2.90±1.02	2.92±0.92	3.22±1.05	2.101(0.124)
식품의 원산지, 유통기간을 확인하는 편이다	3.46±1.09	3.61±1.08	3.71±1.03	1.002(0.369)
식품 구매 시 고려사항				
구매 시 항상 가격을 확인하다	3.95±0.77	3.88±0.94	3.93±0.92	0.130(0.878)
할인이나 행사 식품을 우선 구매한다	3.66±0.94	3.35±1.01	3.33±0.82	3.363(0.036)*
음식은 영양보다 맛이 중요하다	3.80±0.80	3.79±0.82	3.53±0.84	2.275(0.105)
식품 종류가 다양한 곳에서 구매한다	3.55±0.79	3.59±0.88	3.71±0.83	0.644(0.526)

¹⁾ Mean ± S.D.

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

IV. 요약 및 결론

본 연구는 광주지역 남녀 대학생들을 대상으로 디저트 섭취 실태와 식습관 및 식태도, 식생활 라이프스타일에 미치는 영향을 알아보려고 하였으며, 조사 기간은 2022년 5월 30일 ~ 2022년 6월 30일까지 진행하였다.

1. 조사대상자는 만 20-21세(39.5%)가 가장 많았으며, 수면시간은 6시간-8시간 미만(59.0%)으로 가장 많았고, 용돈은 월 20만원 초과-40만원(38.3%)이 가장 많은 것으로 나타났다.

2. 디저트에 대한 일반사항에서 디저트 섭취 빈도는 주 2-3회(36.4%)가 가장 많은 것으로 나타났고, 선호하는 디저트 종류에서 식품류는 베이커리류(42.5%)가 가장 많았고, 음료류는 커피류(37.5%)가 가장 많았다. 디저트 섭취 시간대는 점심 식사 후(58.6%)가 가장 많았고, 주로 친구(52.5%)와 섭취하는 것으로 조사되었다. 식후 디저트를 섭취하는 주된 이유는 입이 심심해서(52.1%)인 것으로 나타났다.

3. 성별에 따라 디저트 인식 차이를 나타내는 것으로 조사되었는데, 상대적으로 여학생이 남학생보다 디저트가 스트레스 해소에 긍정적인 역할을 한다고 생각했고, 디저트가 가져올 영양불균형 문제에 대해서도 더 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 남학생은 여학생에 비해 디저트 선택 시 계절 메뉴 선택을 더 고려하는 것으로 나타났다.

연령집단에 따른 디저트 인식 차이에서는 24세 이상 집단이 24세 미만 연령집단보다 디저트 섭취가 건강에 영향을 미칠 것이라는 인식을 더 가지고 있는 것으로 나타났다.

외식빈도에 따른 디저트 인식 차이에서는 외식을 거의 하지 않거나, 많이 하는 집단보다 주 2-3회하는 집단에서 디저트 가격을 더 중요시하는 것으로 나타났다.

4. 성별에 따른 디저트 구매 행동 차이에 따르면 상대적으로 여학생이 남학생보다 디저트 관심도와 구매율이 높은 것으로 나타났다. 또한 좋아하는 디저트를 주변에 권유할 확률 또한 여학생이 더 높은 것으로 나타났다.

용돈에 따른 디저트 구매 행동 차이를 살펴보면, 상대적으로 월평균 많은 용돈을 받는 집단이 디저트가 비싸더라도 구매할 확률이 더 높게 나타났고, 주변에 자신이 좋아하는 디저트를 권유할 확률 역시 높게 나타났다.

수면시간에 따른 디저트 구매 행동 차이에서는 적은 수면시간을 가진 집단에서 자신이 좋아하는 디저트를 권유할 확률이 더 높게 나타났다.

5. 디저트에 대한 만족도를 ‘건강’, ‘품질’, ‘심리적 요인’으로 조사하였고, 각각의 디저트 만족도가 높을수록 구매 행동으로 이어질 확률이 높다고 가정하였다.

성별에 따른 디저트 만족도 차이에서 여학생과 남학생 사이의 ‘건강’, ‘품질’, ‘심리적 요인’별 만족도 차이는 없는 것으로 나타났다.

연령에 따른 디저트 만족도 차이는 22-23세 연령집단이 다른 집단에 비해 디저트의 건강 만족도가 높은 것으로 나타났고, 이 같은 만족도 차이는 24세 이상 집단과 가장 크게 나타났다. 따라서 22-23세 연령집단에서는 디저트는 건강에 좋다고 생각하여 이러한 생각이 구매 행동으로 이어질 확률이 높다고 추측할 수 있다.

월 용돈에 따른 디저트 만족도는 차이가 없는 것으로 나타났다.

6. 식습관 및 식태도와 디저트 만족도, 선택 및 섭취 시 고려사항 간의 상관성을 알아본 결과 식습관과 디저트 섭취 시 고려사항 간의 상관성이 있는 것으로 나타났다. 따라서 평소에 가진 식습관에 따라 디저트의 식재료나 영양성분을 살펴보고, 계절 메뉴 선택을 고려하는 등의 행동이 달라질 수 있다는 것을 알 수 있다.

7. 디저트 섭취에 따른 식생활 라이프스타일 차이에 대해서 살펴보면, 디저트를 자주 섭취하는 집단일수록 새로운 식품에 대한 관심과 적극성이 높고, 음식을 충동 구매하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 또한 디저트를 자주 섭취하는 집단에서 인스턴트 음식이나 배달 음식을 많이 먹고, 외식을 자주 하는 것으로 나타났다. 따라서 디저트를 자주 섭취하는 집단은 새로운 음식에 대한 관심은 높지만, 음식을 충동 구매하거나 바깥 음식을 즐겨 먹는 등 평소 식생활은 건강하지 못하다는 것을 알 수 있다.

채소·과일류 디저트를 선호하는 집단에서 할인이나 행사 식품을 우선 구매하는 것으로 나타났다. 이것으로 미루어 봤을 때 다른 디저트보다 비교적 저렴한 편에 속하는 채소·과일류 디저트를 선호하는 집단에서 식품의 가격을 더 중요시하는 것으로 추측해 볼 수 있다.

본 연구를 통해서 광주지역 대학생들의 인구통계학적 특성과 관련한 디저트 섭취 실태에 대해 파악할 수 있었고, 디저트 섭취가 식습관 및 식태도와 식생활 라이프스타일에 어떠한 영향을 주는지 살펴볼 수 있었다. 연구 결과를 이용하여 현재 대학생 본인의 디저트 섭취 수준을 제대로 인지시키며 적정 디저트 섭취 기준을 세울 수 있게끔 돕고, 디저트 섭취와 식생활 간의 상관성 제시를 통해 대학생들의 바람직한 식생활 개선을 위한 기초자료로 제공하고자 한다.

참고문헌

강하연(2018). 남녀 대학생의 디저트카페 이용특성, 메뉴선택속성 및 만족도 관련 요인 연구 - 식생활요인, 비만행동요인, 사회심리요인, 라이프스타일 특성을 중심으로. 수원대학교 박사학위논문. 5-12.

김경희(2003). 광주지역 대학생의 식습관, 영양지식 및 편의식품 섭취 실태에 관한 연구. 대한지역사회영양학회지. 8(2) : 181-191.

김병래(2020). 디저트 카페 선택속성이 만족에 미치는 영향. 부경대학교 경영대학원 석사학위논문. 1-7.

김성수, 한지수, 양동휘(2018). 감성적 소비가치가 만족과 주관적 웰빙 및 충성도에 미치는 영향 - 디저트카페를 중심으로. Culinary Science & Hospitality Research. 24(1) : 1-12.

김혜민(2009). 일부 대학생들의 시판음료 소비패턴, 생활습관 및 식습관. 대진대학교 교육대학원 석사학위논문. 13-18.

농림축산식품부, 한국농수산식품유통공사(2016). 국내외 디저트 외식 시장 조사. 6-10.

뉴시스(2020. 08. 08). [1.5조 디저트 시장] 식품업계, 홈 디저트족 적극 공략. https://mobile.newsis.com/view.html?ar_id=NISX20201106_0001224946#_eniple

류정인(2021). 광주지역 일부 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 편의점 간편식 이용실태 조사. 조선대학교 대학원 석사학위논문. 42-61.

민성희, 오혜숙, 김지향(2004). 대학생의 식생활 태도와 스트레스에 관한 조사. 한국식생활문화학회지. 19(2) : 158-169.

박은주(2019). 수도권 대학생들의 식생활 행태와 디저트용 식음료 구매실태 및 만족도. 환경대학교 대학원 석사학위논문. 5-30.

손일라, 김연선(2008). 청주지역 대학생들의 식생활 라이프스타일에 따른 외식 행동 연구. 한국콘텐츠학회 논문지. 8(11) : 347-355.

안동균, 유병희(2018). 디저트 소비경험에서 소비자가 지각하는 가치와 정서에 대한 연구 - 디저트 소비 척도 개발과 활용을 중심으로. 외식경영연구. 21(1) : 7-27.

엄문자, 류미현(2002). 외식구매행동에 나타난 소비자만족도에 관한 연구 - 대학생을 중심으로. 한국식생활문화학회지. 17(5) : 543-550.

윤승현(2021). 인천지역 중소병원 여성 간호인력의 영양지식과 식태도, 식행동 및 건강관련 요인 - 근무형태 및 결혼여부를 중심으로. 인하대학교 대학원 석사학위논문. 5-10.

윤희숙(2018). 대학생의 디저트카페에 대한 경험가치가 고객충성도에 미치는 영향 - 외식소비성향의 조절효과를 중심으로. Culinary Science & Hospitality Research. 24(1) : 82-95.

이동우(2021). 여대생의 외식소비성향이 디저트 카페 만족 및 충성도에 미치는 영향. Culinary Science & Hospitality Research. 27(5) : 11-21.

이용숙(2020). 디저트 소비의 일상화와 디저트 소비상황의 다양화 : 발견적 연구설계. 소비자학연구. 31(5) : 163-204.

이은지(2021). 광주지역 대학생들의 시험 기간 유무에 따른 카페인 섭취량과 식습관 분석. 전남대학교 석사학위논문. 6-8.

이지은(2014). 영양사와 영양비전공자의 영양부족 위험 정도에 따른 식행동, 영양지식 및 식태도. 충북대학교 교육대학원 석사학위논문. 3-8.

임현호, 양동휘(2016). 식생활 라이프스타일에 따른 디저트 카페의 서비스 품질 특성이 소비행동에 미치는 영향 연구. *Culinary Science & Hospitality Research*. 22(7) : 148-157.

정성민(2002). 부산지역 초등학생의 영양지식, 식태도 및 식행동에 관한 연구. 동아대학교 교육대학원 석사학위논문. 6-13.

지영민(2016). 여대생의 당류 섭취에 관한 연구. 연세대학교 교육대학원 석사학위논문. 14-51.

최하영(2022). 50~60대 소비자의 디저트 카페 이용 행동 분석 - 서울, 경기 지역을 중심으로. 한경대학교 대학원 석사학위논문. 29-34.

한미희, 김경자(2008). 남녀 대학생 소비자의 외식가치와 외식행동 비교. *소비자 정책교육연구*. 4(3) : 105-118.

한아름(2014). 대학생의 식생활 라이프스타일에 따른 외식소비형태와 편의·가공 식품 구매행동에 관한 연구. 남부대학교 일반대학원 박사학위논문. 88-100.

한지수, 양동휘(2017). 디저트카페의 소비경험이 만족과 소비자 행복에 미치는 영향. *Culinary Science & Hospitality Research*. 23(5) : 12-24.

현다희(2020). 제주지역 대학생의 식생활 라이프스타일 및 소비가치에 따른 커피전문점에서의 당류 섭취에 관한 연구. 제주대학교 석사학위논문. 15-29.

황장선, 도선재(2009). 소비자들에게 커피전문점의 의미는 무엇이며, 어떻게 이용하는가?. *OOH광고학연구*. 6(3) : 61-106.