

대전 일부지역 대학생의 패스트푸드 이용 및 이와 관련된 요인*

김경원[†] · 안 윤 · 김형미

서울여자대학교 자연과학대학 식품영양학전공

Fast Food Consumption and Related Factors among University Students in Daejeon

Kyung Won Kim,[†] Yun Ahn, Hyung Mee Kim

Food & Nutrition, College of Natural Sciences, Seoul Women's University, Seoul, Korea

ABSTRACT

The study purpose was to investigate the factors related to fast food consumption of university students. Factors were identified using the Theory of Planned Behavior. Based on the pilot study, 18 behavioral beliefs, 7 normative beliefs and 19 control beliefs were identified. Data (n = 269) were analyzed using analysis of variance or χ^2 tests. Subjects were categorized into non-users (27.9%), users (42%) and frequent users (≥ 2 times/week, 30.1%). Regarding behavioral beliefs, users or frequent users responded more positively on advantages of eating fast foods including 'taste' ($p < 0.001$), 'making me feel full' ($p < 0.001$), 'diverse menus' ($p < 0.05$) than non-users. Compared to users, non-users responded more positively on the item that eating fast foods leads to eat vegetables less ($p < 0.05$), and negatively on 'making me eat more salt' ($p < 0.05$). Most of the referent groups, parents ($p < 0.001$), sisters/brothers ($p < 0.01$), relatives ($p < 0.01$), friends ($p < 0.05$), boy/girl friends ($p < 0.05$) were important sources of influence regarding subjects' fast food consumption. Users or frequent users felt less control over factors or situations that make it consume fast foods (9 out of 19 control beliefs). These factors included; availability issues ($p < 0.001$), 'not having other foods on hand' ($p < 0.01$), 'others eating together like fast foods', 'convenience', 'social increase in fast food use', 'easy to get fast foods anytime' ($p < 0.05$). In addition, users of fast foods were more likely to eat fast foods when they don't have time, when they do not like to cook, when they feel hungry ($p < 0.05$). These results suggest that interventions for university students include strategies to moderate fast food use by modifying behavioral beliefs, suggesting alternative menus and behavior modification techniques, increasing perception of control, and eliciting social support. (*Korean J Community Nutrition* 9(1) : 47~57, 2004)

KEY WORDS : fast food · factors · beliefs · university students

서 론

생활 수준의 향상과 핵가족화, 식생활의 간편화 등으로 외식 산업이 발달하고 패스트푸드의 이용이 보편화되고 있다. 패스트푸드는 주문시 곧바로 음식이 제공되는 신속성

이 특징이며, 먹기 간편하고 비교적 저렴하게 판매할 목적으로 개발된 음식으로 햄버거, 피자, 닭튀김, 감자튀김 등을 포함한다. 국내에서 1979년 서구형의 패스트푸드점이 처음 도입되었고, 1980년대 후반부터 패스트푸드의 보급이 급격히 늘어났으며, 2000년말 현재 국내 패스트푸드 업계는 매출액이 전년에 비해 30% 이상 성장하였고, 점포 수도 2,660여개에 이르렀다(Park & Jun 2001).

채택일 : 2004년 1월 30일

*본 연구는 2003학년도 서울여자대학교 교내 특별과제 연구비 지원에 의해 연구된 것임.

[†]Corresponding author: Kyung Won Kim, Food & Nutrition, College of Natural Sciences, Seoul Women's University, 126, Kongnung-2dong, Nowon-gu, Seoul 139-774, Korea

Tel: (02) 970-5647, Fax: (02) 976-4049

E-mail: kwkim@swu.ac.kr

패스트푸드를 주로 이용하는 사람은 청소년이나 대학생 등 젊은 연령층이었다. 1990년대 초반의 조사에서 중고등 학생과 대학생 중 햄버거나 피자를 한 달에 1~2회 이상 이용하는 학생은 이미 2/3에 달하였고, 연령이 낮을수록 패스트푸드를 더 빈번하게 이용하였다(Sim & Kim 1993). Park 등(1999)은 10대~50대를 조사한 결과 패스트푸드

를 한 달에 1회 이상 이용하는 대상자는 89%로 대부분이었고, 30대 이상보다는 10대, 20대의 연령층에서, 남자보다 여자들이 더 자주 이용하였으며, 주로 섭취하는 패스트푸드는 햄버거, 치킨, 피자의 순으로 보고하였다. You 등 (2000)은 패스트푸드를 1달에 1회 이상 섭취하는 대학생이 남학생 73%, 여학생 89%로 보고하였으며, Shin & Roh (2000)도 부산의 대학생을 조사한 결과 패스트푸드점 이용자가 83.2%로 나타나 대학생의 대다수가 이용함을 제시하였다. 또한 패스트푸드 이용자의 특성으로 연령이 낮을수록, 남학생보다는 여학생이 패스트푸드점을 더 이용한다고 하였다(Shin & Roh 2000). 이러한 결과는 젊은 연령층, 특히 대학생들의 패스트푸드점 이용이 점차 보편화됨을 제시한다.

올바른 식생활로 완전한 영양공급이 이루어져야 하는 청년기에 패스트푸드를 빈번하게 섭취하는 경우 에너지나 동물성 지방, 나트륨의 과잉 섭취, 비타민과 무기질의 섭취 부족 등 영양 불균형이 문제시된다(Kim 등 1990). 이외에도 패스트푸드의 잦은 섭취는 입맛의 서구화, 외식 선호, 짠 음식을 더 좋아하게 되는 등 식습관에 좋지 않은 영향을 미치는 것으로 조사되었다(Sim & Kim 1993; Lim 1997; Kim 2003). Shin & Roh (2000)도 대학생의 패스트푸드 이용이 계속 증가하므로 식습관에 문제가 될 것이라고 하였다. 대학생들은 이외에도 아침 결식, 불규칙한 식사, 폭식, 채소나 과일, 유제품의 섭취 부족 등 문제점이 지적되었다(Kim & Lee 1996; Lee 등 2001; Cheong 등 2002; Kim 2003).

패스트푸드 절제 등 식행동의 변화를 유도하려면 우선 이와 관련된 요인을 파악해야 한다. 식행동과 관련된 요인은 행동을 설명하는 이론에 근거하여 체계적, 심층적으로 알아볼 수 있으며 계획적 행동이론(Theory of Planned Behavior)(Ajzen 1991)은 이러한 행동 설명이론중 대표적이다. 계획적 행동이론은 국외에서 체중조절, 우유 섭취, 채소와 과일 섭취 등 식행동, 운동, 흡연, 음주 등 건강 행동과 관련된 요인을 파악하는데 적용되었고(Godin & Kok 1996; Park & Ureda 1999; Backman 등 2002), 최근 국내에서도 모유수유, 유제품 섭취 등의 행동에 적용된 바 있다(Kim & Park 2001; Kim & Shin 2003).

이 이론에 의하면, 행동에 영향을 미치는 요인은 크게 개인의 태도, 사회적 요인(주변 사람들의 영향), 통제적 요인(인지된 통제력, 행동 수행에 대한 자신감)으로 구분된다(Ajzen 1991). 이 세 요인은 보다 구체적인 요인, 즉 신념(beliefs)에 의해 형성된다. 패스트푸드 이용이라는 행동의 경우, 개인의 태도는 행동 수행시 수반되는 결과에

대한 신념, 즉 패스트푸드를 이용할 때 기대되는 장점이나 단점에 대한 신념(behavioral beliefs)과 이에 대한 가치(각 행동결과에 대한 평가, outcome evaluation)에 의해 형성된다. 사회적 요인인 주관적 규범은 패스트푸드 이용에 관한 주변 사람들, 즉 부모, 형제, 친구 등이 대상자의 패스트푸드 섭취에 얼마나 동의하는지를 나타내는 규범적 신념(normative belief)과 대상자가 주변 사람의 의견에 얼마나 따르려하는지를 나타내는 순응동기(motivation to comply)에 의해 결정된다. 통제적 요인(행동 수행에 대한 자신감)은 다양한 통제적 신념(control belief)에 의해 형성된다. 통제적 신념은 패스트푸드 이용을 쉽게 하거나 저해하는 여러 요인과 상황에서 패스트푸드를 이용하게 되는지, 절제할 수 있는지 등 통제력을 나타낸다. 따라서 계획적 행동이론을 적용하면 패스트푸드 이용 등 식행동에 영향을 미치는 요인을 체계적이고 구체적으로 파악할 수 있다.

본 연구에서는 대학생을 대상으로 패스트푸드의 이용 실태를 알아보고, 패스트푸드 이용 정도에 따라 개인적 신념, 주변 사람들의 영향, 통제적 신념 등 계획적 행동이론에서 제시하는 요인에 차이가 있는지 파악하고자 하였다. 본 연구는 대학생 등 젊은 성인층의 영양교육, 즉 패스트푸드 섭취 절제 및 균형된 식생활을 위한 영양교육의 기초 자료로 제시될 수 있을 것이다.

조사대상 및 방법

1. 조사 대상

본 연구는 대전 지역의 3개 대학교에 재학하는 대학생 272명을 대상으로 하였으며, 자기 기입식의 설문조사로 실시하였다. 조사 대상자는 교양 과목의 수강생, 식품영양학 전공의 1~2학년생이었고, 강의 시간을 이용하여 모집하였다. 설문 조사는 2003년 4~5월에 실시하였고, 이 중 응답 내용이 불충분한 자료를 제외하고 최종 269명의 자료를 통계 분석에 이용하였다. 본 조사에 사용된 설문지는 예비조사를 거쳐 개발되었고, 예비조사는 대학생 26명을 대상으로 실시하였다.

2. 조사 내용

1) 예비조사

대학생의 패스트푸드 이용과 관련된 요인의 문항(Fig. 1)을 작성하기 위해 개방형 질문을 이용, 예비조사를 실시하였다(Ajzen & Madden 1986; Montano 등 1997). 예비조사의 항목은 이용하는 패스트푸드의 종류 및 빈도, 패스

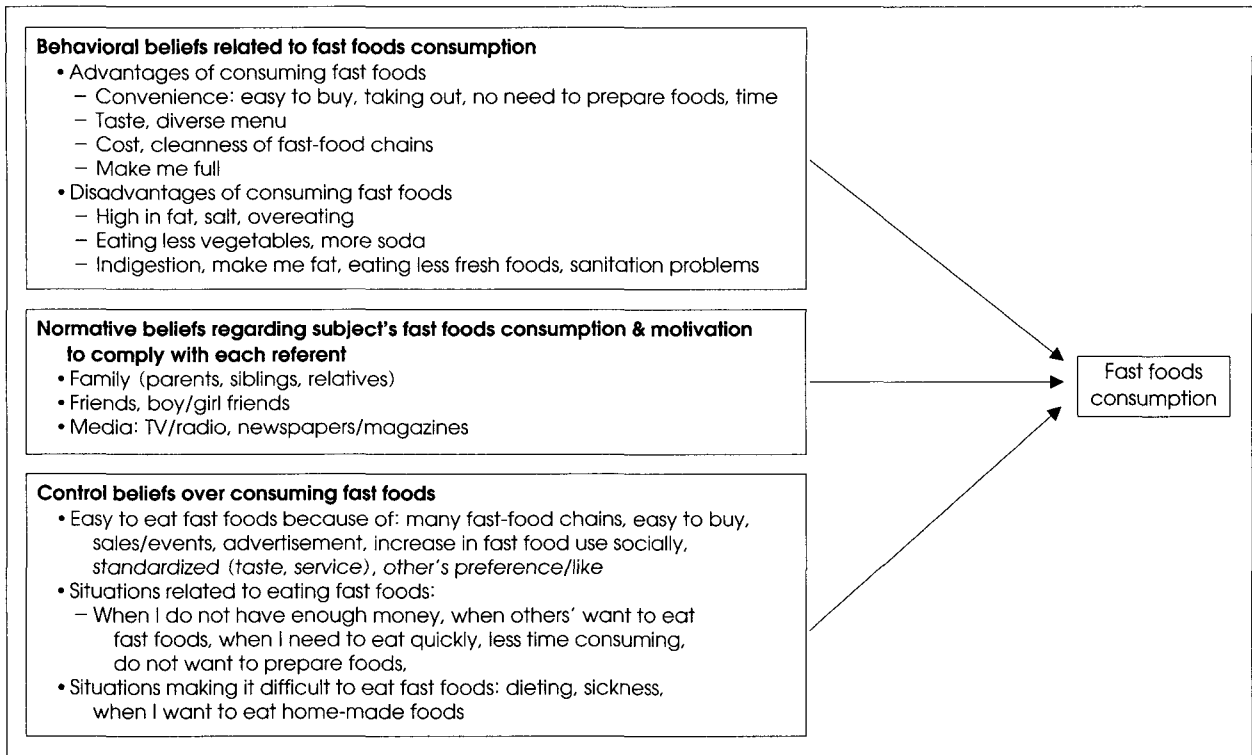


Fig. 1. Factors related to fast foods consumption of university students.

트푸드 이용시의 장점 및 단점, 패스트푸드 섭취를 권하는 주변 사람들, 패스트푸드 섭취를 쉽게 하는 요인, 저해하는 요인 등으로 하였고 각 질문에 대해 생각나는 대로 많이 응답하게 하였다. 예비조사 후 각 질문에 대한 응답 내용을 정리하였고, 응답 빈도가 높은 항목을 우선으로 하여 본 조사의 설문지를 구성하였다.

2) 본 설문조사

(1) 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 일반적 사항으로 성별, 전공, 학년, 연령, 신장, 체중, 한달 용돈, 거주 형태, 건강 상태, 건강에 대한 관심도 등을 조사하였다.

(2) 패스트푸드 이용 실태

패스트푸드 이용 실태는 예비조사 결과와 기존 문헌 (Lim 1997; Park 등 1999; Park & Jun 2001)을 토대로, 패스트푸드의 이용 여부, 이용하는 경우 섭취 빈도, 섭취하는 패스트푸드의 종류, 종류별 섭취 빈도를 조사하였다. 패스트푸드는 햄버거류, 치킨, 피자, 핫도그, 도넛, 애플파이 및 비스킷, 감자튀김 등의 항목으로 세분화하였고, 이용자는 각 항목별로 평상시의 섭취빈도를 기입하게 하였다.

패스트푸드 이용 실태에 따라 패스트푸드 이용결과(장

점, 단점)에 관한 신념, 주변 사람들의 영향, 통제적 신념 등 요인에 차이가 있는지 알아보고자, 대상자를 '비이용군', '보통 이용군', '자주 이용군'으로 분류하였다. '비이용군'은 패스트푸드를 전혀 또는 거의 이용하지 않는 대상으로, 1달에 1회 미만 이용하는 학생이 이에 포함되었다. 패스트푸드 이용자를 주 2회 섭취를 기준으로 '보통 이용군', '자주 이용군'으로 구분하였는데, 이는 본 연구의 기초 분석에 근거하였다. 본 연구에서 패스트푸드 이용자들의 패스트푸드 섭취 빈도는 1달에 평균 7.5회이었으며, 이를 기준으로 '보통 이용군' (주 2회 미만), '자주 이용군' (주 2회 이상, 즉 1달에 8회 이상)으로 구분하였다.

(3) 패스트푸드 이용시의 장단점에 관한 신념

예비조사 결과에 따라, 패스트푸드 이용시 장점에 관한 항목은 편리성(쉽게 구입, 포장/먹으면서 이동 가능, 음식 준비 불필요, 시간 절약 등), 맛, 다양한 메뉴, 포만감, 비교적 저렴한 가격, 판매 장소의 청결성 등 9항목을 포함하였다. 패스트푸드 이용시의 단점은 짜게 먹게 됨, 탄산음료의 섭취, 채소를 적게 먹음, 과도한 지방 섭취, 과식, 체중 증가, 위생 문제, 음식의 신선도 문제, 소화 문제 등 9문항으로 구성하였다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다' (-2점)에서 '매우 그렇다' (2점)의 5점 척도로 측정하였다.

(4) 패스트푸드 이용에 관한 주변 사람의 영향

패스트푸드 이용에 관한 주변 사람의 영향은 규범적 신념과 순응동기로 알아보았다. 예비조사 결과에 따라 규범적 신념의 항목은 부모님, 형제나 자매, 친척(조부모 등), 친구, 이성 친구, TV나 라디오, 인터넷/잡지/신문 등 7문항으로 하였고, 각 주변 사람이 조사 대상자의 패스트푸드 섭취에 대해 얼마나 동의하는지(권하는지)를 '전혀 그렇지 않다'(-2점)에서 '매우 그렇다'(+2점)의 5점 척도로 측정하였다. 각 주변 사람에 대한 순응동기도 '전혀 그렇지 않다'(-2점)에서 '매우 그렇다'(+2점)의 5점 척도로 측정하였다. 패스트푸드 섭취에 관한 각 주변 사람의 영향은 각각의 규범적 신념과 이에 해당하는 순응동기의 점수를 곱하여 산출하였고, 점수가 높을수록 대상자의 패스트푸드 섭취에 대해 주변 사람의 영향이 크다고 하였다.

(5) 패스트푸드 이용에 관한 통제적 신념

패스트푸드 이용에 관한 통제적 신념은 패스트푸드 이용을 쉽게 하거나 어렵게 하는 요인(예: 판매 장소가 많음, 업체에서 가격 할인/이벤트 행사, TV/잡지 등 광고, 주위 사람들의 입맛에 맞음, 아무 때나 구입 가능, 다이어트 때문에 피함 등) 9항목으로 측정하였다. 또한 갑자기 배고플 때, 먹을 음식이 마땅치 않을 때, 식사 준비가 귀찮을 때, 시간이 없을 때 등 패스트푸드를 이용하게 되는 여러 상황에서의 통제력을 10문항으로 알아보았다. 통제적 신념은 각 문항에 대해 얼마나 동의하는지 '전혀 그렇지 않다'(-2점)에서 '매우 그렇다'(+2점)의 5점 척도로 측정하였다.

3. 통계 분석

자료는 SAS PC Package 8.2를 이용하여 분석하였다. 대상자를 패스트푸드 이용 빈도에 따라 비이용군, 보통 이용군, 자주 이용군으로 분류하였다. 패스트푸드 이용군별로 일반적 특성, 패스트푸드 이용에 관한 요인(신념) 등에 차이가 있는지 분산분석, χ^2 -test로 알아보았다. 분산분석의 경우 패스트푸드 이용군별로 변수간 차이는 Duncan's multiple range test로 알아보았다. 유의성 검증은 $\alpha = 0.05$ 에서 통계적으로 유의한 것으로 하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 특성

조사 대상자 269명 중 패스트푸드의 비이용군은 75명으로 27.9%, 보통 이용군(주 2회 미만)은 42.0%(113명), 자주 이용군 30.1%(81명)이었다. 조사 대상자의 평균 연

령은 22.1 ± 4.7 세(평균 \pm SD)이었고, 비이용군은 평균 23.9 ± 4.3 세, 보통 이용군 21.9 ± 4.2 세, 자주 이용군 20.8 ± 4.5 세로 패스트푸드 이용군별로 유의적인 차이가 있었다($p < 0.001$)(Table 1). 이는 대학생이라는 비슷한 연령대에서도 패스트푸드를 자주 이용하는 학생들은 조금 더 어린 연령층임을 나타낸다.

조사 대상자중 여학생은 62.1%, 1~2학년생 85.9%이었고, 거주 상황은 가족과 함께 거주하는 경우 49.1%, 자취 28.2%, 기숙사 13.0% 등이었다. 스스로 자각하는 건강 상태는 대부분 양호하거나 보통 정도였고, 건강에 대한 관심이 높은 편이었다(Table 1).

패스트 이용군별로 조사 대상자의 이러한 일반적 특성에 유의적인 차이는 없었다(Table 1). 그러나 패스트푸드 자주 이용군에서 여학생 비율은 53.1%로 비이용군(64.0%), 보통 이용군(67.3%)보다 낮은 경향이었다. 선행 연구 결과 여학생들이 남학생보다 패스트푸드를 더 자주 섭취하는 것으로 보고되었다(Wang 1992; Lim 1997). 최근 조사에서도 남학생의 78%, 여대생의 90%가 패스트푸드를 이용하였고(Shin & Roh 2000), You 등(2000)은 주 2회 이상 자주 이용하는 학생은 남학생의 12%, 여대생의 20%로 보고하였다. 본 연구는 이와 좀 상반되는 결과인데, 대다수의 여대생은 체형이나 체중조절에 대한 관심이 높으므로(Kim 등 1998), 패스트푸드를 가끔씩 이용하지 않거나 섭취하더라도 빈도는 조절하는 것으로 사료된다.

비이용군은 자주 이용군에 비해 식품영양학전공자의 비율이 높았고, 가족과 함께 거주하는 비율이 다소 낮은 경향을 보였다. Shin & Roh (2000)의 연구 결과, 자취나 하숙하는 학생보다 자기 집에 거주하는 학생이 패스트푸드점을 이용하는 비율이 높았으나 하숙하거나 자취하는 학생의 경우 패스트푸드를 한 번에 사먹는 양이 더 많다고 보고하여, 거주 상황과 패스트푸드 이용간의 관련성을 제시하였다.

조사 대상자의 신장과 체중은 남학생 173.5 ± 6.9 cm(평균 \pm SD), 67.2 ± 11.5 kg, 여학생 161.4 ± 9.1 cm, 54.5 ± 11.1 kg이었다(Table 1). 이는 한국인 20~29세의 평균치(한국영양학회 2000)인 남자 174 cm, 67 kg, 여자 161 cm, 54 kg과 비교할 때 거의 유사하였다. 한달 용돈은 평균 253,000원이었고, 패스트푸드 비이용군에서 오히려 용돈을 좀 더 사용하였으나 유의적인 차이는 없었다. 이는 대학생의 용돈과 패스트푸드 이용 빈도간 유의적인 차이가 없었다는 기존 보고(Shin & Roh 2000)와 유사한 결과였다.

Table 1. General characteristics and lifestyles of subjects by fast food consumption

Variables	Total (n = 269)	Fast food consumption ¹⁾			χ^2 or F
		Non-users (n = 75)	Users (n = 113)	Frequent users (n = 81)	
Age (years)	22.1 ± 0.3 ²⁾	23.9 ± 0.5 ^{a)}	21.9 ± 0.4 ^{b)}	20.8 ± 0.5 ^{b)}	9.4 ^{***3)}
Height (cm)					
Male	173.5 ± 0.7	174.2 ± 1.3	172.3 ± 1.1	174.2 ± 1.1	0.9
Female	161.4 ± 0.7	162.8 ± 1.3	160.5 ± 1.0	161.4 ± 1.4	1.0
Weight (kg)					
Male	67.2 ± 1.1	65.7 ± 2.2	66.2 ± 1.9	69.1 ± 1.9	0.9
Female	54.5 ± 0.9	56.2 ± 1.6	54.1 ± 1.3	53.3 ± 1.7	0.9
Pocket money (10,000 won/month)	25.3 ± 0.9	27.5 ± 1.8	25.1 ± 1.4	23.6 ± 1.7	1.3
Sex					
Male	102 (37.9) ⁴⁾	27 (36.0)	37 (32.7)	38 (46.9)	4.2
Female	167 (62.1)	48 (64.0)	76 (67.3)	43 (53.1)	
Major ⁵⁾					
Food & Nutrition	126 (47.6)	40 (54.1)	54 (48.7)	32 (40.0)	3.1
Others	139 (52.4)	34 (45.9)	57 (51.3)	48 (60.0)	
Grade					
Freshmen	54 (20.1)	15 (20.0)	19 (16.8)	20 (24.7)	2.0
Sophomore	177 (65.8)	49 (65.3)	77 (68.1)	51 (63.0)	
Junior	18 (6.7)	5 (6.7)	8 (7.1)	5 (6.1)	
Senior	20 (7.4)	6 (8.0)	9 (8.0)	5 (6.2)	
Living status					
W/family	132 (49.1)	39 (52.0)	54 (47.8)	39 (48.2)	7.8
Dormitory	35 (13.0)	8 (10.7)	15 (13.8)	12 (14.8)	
Self-boarding	76 (28.2)	24 (32.0)	29 (25.7)	23 (28.4)	
Others	26 (9.7)	4 (5.3)	15 (12.7)	7 (8.6)	
Health status					
Very good/Good	107 (39.8)	30 (40.0)	41 (36.3)	36 (44.4)	7.0
Fair	110 (40.9)	25 (33.3)	55 (48.7)	30 (37.1)	
Bad/Very bad	52 (19.3)	20 (26.7)	17 (15.0)	15 (18.5)	
Interest toward health					
Very much/Much	142 (52.8)	40 (53.4)	59 (52.2)	43 (53.1)	1.5
Average	109 (40.5)	31 (41.3)	44 (38.9)	34 (42.0)	
Little/Very little	18 (6.7)	4 (5.3)	10 (8.9)	4 (4.9)	

1) Non-users: never, rarely used fast foods, or used less than a month. Users: once/month ≤ < 2 times/week, Frequent users: ≥ 2 times/week, 2) Mean ± SE,

3) by ANOVA, ***: p < 0.001, Alphabets with different superscripts shows the differences among the groups.

4) n (%), by χ^2 -test, 5) missing number: 4

2. 패스트푸드 이용 실태

본 연구에서 패스트푸드를 주 2회 미만 이용하는 학생은 42%, 주 2회 이상 이용자는 30.1%이었다(Table 1). Kim (1996)은 울산 지역 조사에서 패스트푸드점을 거의 이용하지 않는 대학생이 31.4%, 주 2회 미만 이용자 52.2%, 주 2회 이상 이용자 16.4%로 보고하였다. 경북 지역의 대학생들을 조사한 결과, 패스트푸드점을 거의 이용하지 않는 학생은 19%, 한 달에 1~2회 이용자 65%, 주 2회 이상 이용자 16%이었다(You 등 2000). 이와 비교할 때 본 연구

에서 패스트푸드 이용자의 비율이 높았는데, 이는 과거에 비해 최근 대학생들이 패스트푸드를 자주 이용하고 있고, 지역적 차이도 반영한 것으로 사료된다.

패스트푸드를 이용하는 경우 햄버거, 치킨, 피자 등 종류 별로 얼마나 자주 섭취하는지 파악하였는데, 햄버거는 월 평균 2.7회, 감자 튀김 2.1회, 치킨 1.8회, 피자 1.5회, 애플파이나 비스킷 1.4회의 순이었다(Table 2). 보통 이용군과 자주 이용군간 패스트푸드의 섭취 빈도는 조사한 모든 항목에서 유의적인 차이를 보였으며(p < 0.001), 특히 햄

Table 2. Frequency of fast food consumption among fast food users

Types	Fast food users ¹⁾ (n = 194)	Users (n = 113)	Frequent users (n = 81)	t
Burger (cheese, bulgogi, etc.)	2.7 ± 0.2 ²⁾	1.8 ± 0.1	3.9 ± 0.3	-6.8*** ³⁾
Chicken (fried, wings, etc.)	1.8 ± 0.1	1.2 ± 0.1	2.7 ± 0.3	-5.5***
Pizza	1.5 ± 0.1	1.1 ± 0.1	2.1 ± 0.2	-4.3***
Hotdog	1.2 ± 0.1	0.7 ± 0.1	2.0 ± 0.2	-5.3***
Doughnuts	0.8 ± 0.1	0.5 ± 0.1	1.3 ± 0.2	-4.1***
Apple pie/Biscuits	1.4 ± 0.2	0.8 ± 0.2	2.3 ± 0.4	-3.9***
French fries	2.1 ± 0.2	1.5 ± 0.2	2.9 ± 0.3	-4.7***
Frequency of eating fast foods per month ⁴⁾	7.5 ± 0.4	4.3 ± 0.2	12.0 ± 0.5	-14.6***

1) Those who had fast foods less than a month (non-user group, n = 75) did not answer these items, and were excluded in these analyses, 2) Frequency of eating each fast food per month. Mean ± SE,

3) by t-test, ***: p < 0.001,

4) This was measured by the responses to the question, 'how many times do you eat fast foods per month?'

버거, 치킨, 핫도그, 감자 튀김 등의 항목에서 섭취 빈도의 차이가 컸다. 대학생들이 선호하는 패스트푸드는 햄버거, 치킨, 피자의 순으로 보고되었는데(Han 1992; Kim 1996; Park 등 1999), 본 연구는 이와 유사한 경향이였다.

3. 패스트푸드 이용 결과에 대한 신념 비교

패스트푸드 이용시의 결과(장점, 단점)에 대한 신념에 비이용군, 보통 이용군, 자주 이용군간 차이가 있는지 알아보았다(Table 3). 총 18항목중 세 군간 유의적인 차이를 보인 것은 5항목으로, 패스트푸드를 이용하면 '음식 맛이 좋다' (p < 0.001), '포만감을 준다' (p < 0.001), '음식을 짜게 먹게 된다' (p < 0.05), '채소를 적게 먹게 된다' (p < 0.05), '메뉴가 많고 계속 개발되므로 질리지 않는다' (p < 0.05)의 항목에서 군간 차이를 나타내었다.

보통 이용군, 자주 이용군은 비이용군에 비하여 패스트푸드의 맛을 더 좋게 느끼고 있었다(p < 0.001). 선행 연구에서 패스트푸드의 이용 기준이나 선택 이유로 가장 많이 꼽히는 것은 간편성, 신속성과 함께 음식 맛이였다(Wang 1992; Sim & Kim 1993; Yoon & Wi 1994; Lim 1997; Park 등 1999; You 등 2000). 특히 대학생들은 패스트푸드를 먹을 때 간편성보다는 음식의 맛, 기호도에 따라 선택하는 경향을 보였다(Sim & Kim 1993; Shin & Roh 2000). 또한 남학생에 비해 여학생들이 패스트푸드의 맛을 더 중요하게 생각하였고 여학생들이 더 패스트푸드를 자주 섭취하므로(Shin & Roh 2000; You 등 2000), 맛이나 기호도는 패스트푸드의 이용 정도를 결정짓는 주요 요인이라 볼 수 있다. 그리고 보통 이용군, 자주 이용군은 비이용군에 비하여 패스트푸드가 포만감을 준다고 인식하고 있었다(p < 0.001). 즉 패스트푸드 이용자들은 패스트푸드를 식사 대용으로 이용하는 것으로 사료된다. Wang (1992)의 연구에 의하면 대학생 중 패스트푸드를 식사로 먹는 경

우와 간식으로 먹는 경우가 각각 40% 정도로 비슷하였다. 패스트푸드에 대한 인식 조사(Sim & Kim 1993)에서 패스트푸드의 포만도는 치킨이 가장 높았고 피자, 햄버거의 순이었으며, 패스트푸드가 포만감을 충분히 주는 것으로 나타났다.

비이용군은 보통 이용군, 자주 이용군에 비해 패스트푸드를 이용하면 채소를 적게 먹게 된다는 인식에 더 동의하였다(p < 0.05). 패스트푸드를 자주 먹으면 에너지나 지질은 과잉 섭취하게 되고 반면 채소는 적게 먹기 쉽다. 비이용군은 패스트푸드 이용군에 비해 채소의 섭취 부족 등 영양적 측면에 더 관심이 있는 것으로 사료된다. Mo 등 (1986)은 패스트푸드의 개선 방향으로 과일과 채소의 비중을 늘리도록 제시하였다. 따라서 샐러드, 채소를 이용한 메뉴 개발 등으로 이러한 영양적인 문제점을 보완해야 할 것이다.

이외에도 보통 이용군, 자주 이용군은 비이용군에 비해 패스트푸드를 이용하면 '음식을 짜게 먹게 된다', '패스트푸드는 다양한 메뉴로 질리지 않는다'는 인식에 더 동의하였다(p < 0.05). 이러한 인식의 차이는 이용군의 경우 패스트푸드를 다양하게 섭취한 경험에 따른 것으로 보인다. Sim & Kim (1993)은 패스트푸드가 입맛의 서구화나 짠 것을 더 좋아하게 되는 등 식습관에 영향을 미치는 것으로 보고하였다.

유의적인 차이는 없었으나, 보통 이용군, 자주 이용군은 비이용군에 비해 '쉽게 구입할 수 있어 편리하다', '음식을 준비할 필요가 없어 간편하다' 등의 항목에 약간 더 긍정적이었다. 이처럼 간편성, 시간 절약 등은 여러 연구에서 패스트푸드를 선호하는 가장 큰 이유였다(Han 1992; Kim 1996; Kim 등 1996; Lim 1997; You 등 2000). 본 연구에서 이용군 뿐 아니라 비이용군도 이러한 간편성에 상당

Table 3. Comparison of behavioral beliefs by fast food consumption

Variables ¹⁾	Fast food consumption			F
	Non-users (n = 75)	Users (n = 113)	Frequent users (n = 81)	
Eating fast foods regularly would ...				
Be convenient (easy to buy)	0.7 ± 0.1 ²⁾	0.9 ± 0.1	0.9 ± 0.1	1.8
Make me eat salty foods more	-0.1 ± 0.1 ^o	0.3 ± 0.1 ^o	0.1 ± 0.1 ^{ob}	3.8*
Not be sanitary	0.0 ± 0.1	0.0 ± 0.1	-0.1 ± 0.1	0.1
Be good because taking-out is possible	1.0 ± 0.1	0.9 ± 0.1	1.0 ± 0.1	0.4
Taste good	0.2 ± 0.1 ^b	0.6 ± 0.1 ^o	0.6 ± 0.1 ^o	9.7***
Make me drink more soda	0.8 ± 0.1	0.9 ± 0.1	0.9 ± 0.1	0.3
Make me spend less money	-0.3 ± 0.1	-0.4 ± 0.1	-0.2 ± 0.1	0.4
Make me eat vegetables less	0.5 ± 0.1 ^b	0.1 ± 0.1 ^o	0.2 ± 0.1 ^{ob}	2.6*
Be good because there are many menus	-0.2 ± 0.1 ^b	-0.1 ± 0.1 ^{ob}	0.1 ± 0.1 ^o	2.6*
Cause me have indigestion	0.1 ± 0.1	0.0 ± 0.1	0.0 ± 0.1	0.1
Make me feel full	0.2 ± 0.1 ^b	0.7 ± 0.1 ^o	0.5 ± 0.1 ^o	7.1***
Make me fat	0.6 ± 0.1	0.8 ± 0.1	0.6 ± 0.1	1.4
Be good because fast food restaurants are clean	0.5 ± 0.1	0.6 ± 0.1	0.5 ± 0.1	0.7
Be bad because foods are not fresh	0.0 ± 0.1	0.1 ± 0.1	0.0 ± 0.1	0.6
Be good because foods are serviced in a short time	0.9 ± 0.1	0.9 ± 0.1	1.0 ± 0.1	0.4
Make me eat fatty foods	1.1 ± 0.1	1.1 ± 0.1	1.1 ± 0.1	0.0
Be convenient (no need to prepare foods)	1.0 ± 0.1	1.1 ± 0.1	1.2 ± 0.1	0.9
Make me overeat	0.0 ± 0.1	0.2 ± 0.1	0.2 ± 0.1	0.7

1) Behavioral beliefs were measured from -2 (very unlikely) to +2 (very likely).

2) Mean ± SE, by ANOVA, *: p < 0.05, ***: p < 0.001. Alphabets with different superscripts shows the differences among the groups

히 긍정적으로 응답하여 군간 유의적인 차이를 보이지 못한 것으로 사료된다.

패스트푸드 이용시의 단점에 관해서는 세 군 모두 동의하는 경향을 보였다. 특히 '탄산음료와 함께 먹게 된다', '지방 섭취가 많다', '살이 찐다' 등 대표적인 패스트푸드의 단점은 세 군 모두 그렇다고 인식하였다. Sim & Kim (1993)의 연구에서도 대상자의 대다수(77%)는 패스트푸드의 지방 함량이 많다고 인식하였고, You 등(2000)은 여대생의 경우 패스트푸드 섭취시 지방의 섭취 증가, 체중 증가 등의 문제를 크게 느낀다고 보고하였다. Han (1992)은 패스트푸드를 주문할 때 대학생의 절반은 햄버거나 치킨에 음료를, 24%는 이에 스낵을 추가 주문한다고 하여 한 번 패스트푸드를 먹을 때 섭취하는 에너지나 지질의 양이 실제로 상당함을 제시하였다. 본 연구 결과, 패스트푸드 이용자들은 지방과 에너지의 과다 섭취, 탄산 음료의 섭취 등 영양 문제는 인식하고 있으나, 이러한 인식이 패스트푸드 이용에는 별 영향을 미치지 못함을 알 수 있었다.

패스트푸드 가격의 저렴성에 대해서는 세 군 모두 약간 부정적으로 응답하였고 유의적인 차이가 없었다. 대학생들은 패스트푸드를 이용하거나 선택할 때 비용을 고려하였고(Wang 1992; Kim 1996), You 등(2000)은 대학생들이

패스트푸드를 선호하는 이유 중 가격은 하위 순이라고 하여, 대학생들이 패스트푸드의 질적 가치에 비해 값이 비싸다고 인식함을 제시하였다.

4. 패스트푸드 이용에 관한 주변 사람의 영향 비교

조사 대상자의 패스트푸드 섭취에 관한 주변 사람의 영향은 7항목으로 알아보았으며, 이중 5항목에서 패스트푸드 이용군별로 유의적인 차이를 보였다(Table 4). 조사 대상자의 패스트푸드 섭취에 대해 부모님들은 세 군 모두 반대하였고, 특히 비이용군의 경우 더 강하게 반대하였다(p < 0.001). 또한 조부모 등 친척 역시 조사 대상자의 패스트푸드 이용에 부정적이었으며 비이용군에서 그 정도가 두드러졌다(p < 0.01). 이는 조사 대상자의 부모님이나 친척 등 어른들은 패스트푸드를 선호하는 세대가 아니며, 패스트푸드의 영양적 문제를 고려하여 부정적 의견을 나타내는 것으로 사료된다. 또한 비이용군의 경우 부모님이나 다른 어른들이 조사 대상자의 패스트푸드 이용을 더 부정적으로 보았고, 조사 대상자들은 이러한 주위 의견을 더 따랐던 것으로 사료된다.

비이용군의 형제나 자매, 친구, 이성 친구들은 조사 대상자의 패스트푸드 이용에 대해 부정적이었던 반면, 보통 이용군, 자주 이용군의 형제나 자매, 친구, 이성 친구 등은 중

정적이어서 유의적인 차이를 보였다($p < 0.05$). 특히 자주 이용군, 보통 이용군에서 친구들은 조사 대상자의 패스트푸드 이용에 긍정적이었다. 선행 연구(Yoon & Wi 1994; Kim 등 1996)에서 대학생들이 패스트푸드점을 선호하는 이유로 '친구와 어울릴 수 있어서'가 주된 요인으로 보고되었는데, 이는 본 연구와 유사한 결과였다. 또한 대학생들이 패스트푸드점을 같이 이용하는 사람은 대부분 친구, 이성 친구로 보고되었다(Wang 1992; You 등 2000). 또한 Kim (1996)은 대학생들이 패스트푸드를 선택할 때 가격, 기호 외에 동행인과 같은 음식을 선택하는 경우가 높다고 보고하여 동행인이 패스트푸드 이용에 영향을 미침을 제시하였다. 따라서 친구 등 또래 집단이 대학생들의 패스트푸드 섭취에 영향을 미친다고 하겠다.

이에 비해 비이용군, 보통 이용군, 자주 이용군간에 TV나 라디오 등 방송매체, 신문과 잡지 등 인쇄 매체의 영향은 유의적인 차이를 보이지 않았다. 이는 세 군 모두 방송매체, 인쇄 매체 등 미디어는 대학생 등 젊은 성인층의 패스트푸드 이용에 상당히 긍정적이라고 응답했기 때문으로 사료된다.

5. 통제적 신념의 비교

패스트푸드 이용군별로 패스트푸드 이용에 관한 통제적 신념에 어떤 차이가 있는지 알아보았다(Table 5). 그 결과 총 19항목 중 9항목에서 세 군간 유의적인 차이를 보였으며, 전반적으로 패스트푸드의 자주 이용군, 보통 이용군은 비이용군에 비해 패스트푸드 섭취를 쉽게 하는 요인이나 여러 상황에서의 통제력이 낮았다.

구체적으로 비이용군은 '패스트푸드의 판매 장소가 많아서 이용하기 쉽다'는 문항에 보통이라고 답한 반면, 자주 이용군, 보통 이용군은 긍정적으로 응답하여 패스트푸드점의 증가 등 환경적 영향을 더 받음을 제시하였다($p < 0.001$).

Ajzen (1991)은 식행동 등 특정 행동을 수행할 수 있는 환경에 있을수록, 즉 유용성(availability, 예: 식품의 유용성)이나 접근 가능성(accessibility, 예: 음식점 등 장소)이 클수록 행동이 일어나기 쉽다고 하였다. 국내에서 2000년 말에 이미 유명 패스트푸드 7개 업체의 점포 수는 2,660여 개, 매출은 1조 3800여억원에 달하였으며, 패스트푸드 업체는 다점포 전략으로 점포확장 경쟁을 하고 있다(Park & Jun 2001). 본 연구에서 판매 장소가 많다는 환경적 요소가 대학생의 패스트푸드 이용을 촉진시키는 요인임을 알 수 있었다.

보통 이용군, 자주 이용군은 비이용군에 비해 '먹을 음식이 마땅치 않을 때' ($p < 0.01$), '갑자기 배고플 때' ($p < 0.05$), '주변 사람들 입맛에 맞아서' ($p < 0.05$) 패스트푸드를 더 이용하게 된다고 응답하였다. 즉 패스트푸드 이용자의 경우 식사로 마땅한 음식이 떠오르지 않거나, 허기를 채우기 위해서, 또는 같이 먹는 친구들 누구에게나 입맛에 잘 맞아서 패스트푸드를 이용하는 것으로 설명할 수 있다. Park & Jun (2001)은 부산 지역의 소비자 조사에서 패스트푸드의 이용 동기로 간편성, 맛 외에 '마땅히 갈 곳이 없어서', '주변 사람들이 좋아해서' 등을 보고하였고, Wang (1992)은 대학생들이 패스트푸드를 먹는 이유로 '식사할 곳이 마땅치 않아서'가 우선 순위라고 하였다. 본 연구 결과는 이러한 선행 연구의 결과와 유사한 경향이었다.

비이용군에 비해 패스트푸드의 자주 이용군이나 보통 이용군은 '식사 준비가 귀찮을 때' ($p < 0.05$), '간편하게 먹어야 할 때' ($p < 0.05$), '시간이 없을 때' ($p < 0.05$) 패스트푸드를 이용하게 된다는 문항에 더 긍정적으로 응답하였다. 이 문항들은 패스트푸드의 신속성, 이용의 편리성과 관계된 것으로 패스트푸드의 속성과 관련이 있다. 여러 연구에서 간편성, 즉 '먹기에 간편하다', '신속하게 음식이 나

Table 4. Comparison of subjective normative items by fast food consumption

Variables	Fast food consumption			F
	Non-users (n = 75)	Users (n = 113)	Frequent users (n = 81)	
Normative beliefs × motivation to comply¹⁾				
Parents	-1.8 ± 0.2 ^{b2)}	-0.9 ± 0.2 ^o	-0.6 ± 0.2 ^o	7.0 ^{***}
Brothers/sisters	-0.7 ± 0.2 ^b	-0.1 ± 0.2 ^o	0.2 ± 0.2 ^o	5.5 ^{**}
Relatives (e.g. grandparents)	-1.4 ± 0.2 ^b	-1.0 ± 0.2 ^{ob}	-0.5 ± 0.2 ^o	5.0 ^{**}
Friends	-0.1 ± 0.2 ^b	0.3 ± 0.2 ^{ob}	0.8 ± 0.2 ^o	3.9 [*]
Boy/Girl friend	-0.5 ± 0.3 ^b	0.2 ± 0.2 ^o	0.3 ± 0.3 ^o	3.0 [*]
TV, radio	0.7 ± 0.2	0.7 ± 0.2	0.9 ± 0.2	0.2
Newspaper, magazines, internet	0.5 ± 0.2	0.7 ± 0.2	0.9 ± 0.2	0.9

1) For each item, normative belief was measured from -2 (strongly disagree) to +2 (strongly agree). The corresponding motivation to comply was measured from 0 (not at all) to +4 (very much). Possible score for each item: -8 to +8.

2) Mean ± SE, by ANOVA. *: $p < 0.05$, **: $p < 0.01$, ***: $p < 0.001$.

Alphabets with different superscripts shows the differences among the groups

Table 5. Comparison of control beliefs by fast food consumption

Variables ¹⁾	Fast food consumption			F
	Non-users (n = 75)	Users (n = 113)	Frequent users (n = 81)	
It's easy to eat fast foods ...				
Because there are many fast food restaurants (availability)	0.0 ± 0.1 ^{b2)}	0.5 ± 0.1 ^o	0.6 ± 0.1 ^o	12.1 ^{***}
Difficult to use/eat fast foods because of dieting	-0.3 ± 0.1	-0.5 ± 0.1	-0.6 ± 0.1	1.8
Because fast food restaurants are good for gatherings	-0.2 ± 0.1	0.0 ± 0.1	0.0 ± 0.1	0.8
Because of events, sales	-0.4 ± 0.1	-0.1 ± 0.1	-0.1 ± 0.1	2.4
When I do not have enough money	-0.5 ± 0.1	-0.6 ± 0.1	-0.4 ± 0.1	1.1
Because fast foods are popular socially	-0.5 ± 0.1 ^b	-0.4 ± 0.1 ^{ob}	-0.2 ± 0.1 ^o	2.7 [*]
When I feel hungry	0.1 ± 0.1 ^b	0.4 ± 0.1 ^o	0.5 ± 0.1 ^o	4.1 [*]
When I do not have foods for meals	0.1 ± 0.1 ^b	0.5 ± 0.1 ^o	0.6 ± 0.1 ^o	5.0 ^{**}
When others wants to eat fast foods	0.0 ± 0.1	0.2 ± 0.1	0.2 ± 0.1	1.0
Difficult to eat when I like to eat home-made foods	0.5 ± 0.1	0.4 ± 0.1	0.6 ± 0.1	0.7
Because of advertisement	0.0 ± 0.1	0.2 ± 0.1	0.2 ± 0.1	0.8
Difficult to eat when I sick	0.2 ± 0.1	0.4 ± 0.1	0.5 ± 0.1	1.8
Because fast food chains provides standard meals (e.g., taste)	-0.4 ± 0.1	-0.4 ± 0.1	-0.2 ± 0.1	1.0
When I need to eat quickly	0.8 ± 0.1 ^b	1.0 ± 0.1 ^o	0.9 ± 0.1 ^{ob}	3.8 [*]
Because others like it (e.g., friends)	0.1 ± 0.1 ^b	0.4 ± 0.1 ^o	0.5 ± 0.1 ^o	4.5 [*]
When I do not have time	0.5 ± 0.1 ^b	0.6 ± 0.1 ^b	0.9 ± 0.1 ^o	3.4 [*]
Difficult to eat because of food quality	0.5 ± 0.1	0.4 ± 0.1	0.2 ± 0.1	1.1
When I do not like to cook/ prepare meals	0.3 ± 0.1 ^b	0.4 ± 0.1 ^{ob}	0.7 ± 0.1 ^o	3.9 [*]
Because I can get fast foods anytime that I want	0.5 ± 0.1 ^b	0.7 ± 0.1 ^{ob}	0.8 ± 0.1 ^o	2.1 [*]

1) Control beliefs were measured from -2 (very unlikely) to +2 (very likely),

2) Mean ± SE, ANOVA. *: p < 0.05, **: p < 0.01, ***: p < 0.001.

Alphabets with different superscripts shows the differences among the groups

온다', '이용이 편리하다' 등은 패스트푸드를 이용하거나 선호하는 가장 주된 이유로 나타났다(Han 1992; Kim 1996; Kim 등 1996; You 등 2000). 그러나 햄버거, 치킨, 피자 등 서구형 패스트푸드를 자주 섭취하면 열량, 포화 지방, 나트륨의 과잉 섭취 등 영양상의 문제가 우려되므로, 한식이나 전통 음식의 간편화 방안, 메뉴 개발 등이 이루어져야 할 것이다. Kim 등(1996)은 편의 식품 이용자를 대상으로 전통식품의 편의화가 바람직한 이유를 알아본 결과, 한국인의 기호에 맞는 음식 개발, 청소년의 서양식 선호 방지, 우리 음식의 질 향상 등의 순으로 보고하였다. 최근 비빔밥, 불고기제육덮밥, 김치참치샌드위치 등으로 한국식 패스트푸드 전시회 등이 열린 바 있으며, 즉석 떡국, 라이스버거 등 쌀을 이용한 식품도 선을 보이고 있다.

또한 자주 이용군은 비이용군에 비해 '아무 때나 구입이 가능하여' 패스트푸드를 이용하게 된다는 항목에 더 동의하였다(p < 0.05). 이는 대학생들이 패스트푸드점을 찾거나 패스트푸드를 이용하는 이유로 '시간에 구애받지 않아서'를 제시한 선행 연구(Han 1992; Yoon & Wi 1994)와 유사한 결과였다. 패스트푸드 업체의 영업 시간이 저녁

늦게까지 이루어져서 대학생 등 소비자들이 패스트푸드를 보다 쉽게 구매하고 이용하는 것으로 볼 수 있었다. 이외에 '사회적으로 패스트푸드의 이용이 증가하여 패스트푸드를 이용하게 된다'는 문항에 비이용군이 가장 부정적으로 응답하여 자주 이용군과 차이를 나타냈다(p < 0.05).

세 군간 유의적인 차이는 없었으나 비이용군은 보통 이용군, 자주 이용군에 비해 '패스트푸드의 질이 떨어진다고 느낄 때 패스트푸드를 피하게 된다'는 문항에 약간 더 동의하였다. 즉 비이용군은 패스트푸드의 질을 낮게 평가하므로 거의 이용하지 않는 것으로 여겨졌다. 기존 연구에서 대학생들이 패스트푸드를 선택하는 기준으로 맛, 간편성은 중요했던 반면, 영양적 측면은 별로 고려하지 않았던 것으로 나타났다(Han 1992; Yoon & Wi 1994; You 등 2000). 이는 일반적으로 생각할 때 패스트푸드의 영양적 질이 양호하지 못함을 대부분 인지하기 때문으로 사료된다. Kim 등(1996)은 연령층 별로 패스트푸드의 영양적 의견을 조사하였는데 20~29세 연령층의 대다수는 패스트푸드에 지방과 열량이 많고 무기질과 비타민은 적을 것이라고 인식하여, 대부분 영양적으로 우수하지 못하다는 인식을 갖고

있음을 제시하였다.

앞서 패스트푸드를 이용하면 '살이 쪼다'는 인식에 세 군 모두 동의하였으나(Table 3), '다이어트 때문에 패스트푸드를 피하게 된다'는 문항에는 세 군 모두 동의하지 않았다(Table 5). 이는 세 군 모두 패스트푸드를 이용하면 체중을 줄이기 힘들다는 사실을 알고 있음에도 불구하고, 체중 증가에 대한 우려나 다이어트 문제로 패스트푸드 이용을 줄이려고 하지는 않는 것으로 해석된다. 패스트푸드의 열량 등을 고려할 때 패스트푸드의 절제는 체중 조절에 중요하다고 생각되며, 영양교육에서는 패스트푸드의 이용을 절제하는 행동 수정 방법이 포함되어야 할 것이다. 본 연구에서 업체의 가격 할인 등 이벤트, TV나 잡지의 광고 등의 요인에 관한 항목은 세 군간 차이를 보이지 않아서, 패스트푸드 이용을 용이하게 하는 요인으로 보기 어려웠다.

본 연구에서 대학생 중 패스트푸드 이용자의 비율이 높았고, 이용자의 경우 월평균 7.5회로 자주 이용하고 있었으므로, 이들을 위한 영양교육은 패스트푸드 이용의 절제에 관한 내용도 포함되어야 할 것이다. 영양교육은 패스트푸드 이용에 영향을 미칠 수 있는 다양한 요인을 고려해야 한다. 본 연구 결과, 대학생들의 패스트푸드 이용은 개인의 인식(패스트푸드 이용과 관련된 실제적 잇점, 건강적 측면의 단점 등), 주위인의 영향, 패스트푸드 이용과 관련된 통제력 등 다양한 요인과 관련이 있었다. 이러한 요인을 중심으로 대학생들의 패스트푸드 이용을 절제하기 위한 실제적 방안이 제시되어야 한다. 구체적으로 패스트푸드 섭취시 짜게 먹게 되거나 채소 섭취 부족, 열량과 지방의 과다 섭취 등 영양적 문제에 대한 정보를 제공하는 것 외에, 패스트푸드의 맛, 포만감, 메뉴의 다양성, 간편성 등 패스트푸드의 장점을 대체할 수 있는 방법을 제시해야 할 것이다. 한 예로 영양적으로 우수하고 간편하게 준비할 수 있는 메뉴 제시, 시식, 간식 메뉴 경연대회 등의 방법 등을 적용할 수 있다. 또한 패스트푸드 이용을 자제하는 통제력의 증진 방법, 즉 패스트푸드의 이용을 점진적으로 줄이기, 목표 설정, 행동 수정 등의 방법에 중점을 두어야 할 것이다. 이외에 친구나 형제, 부모님 등 주변 사람들의 영향을 고려하고 이들의 도움을 구하는 방법, 모임 장소로 패스트푸드점 대신 한식, 과일전문점 이용 등의 방법도 고려할 수 있을 것이다.

요약 및 결론

본 연구는 대학생 269명을 대상으로 패스트푸드의 이용 실태 및 이와 관련된 요인을 구체적으로 파악하고자 하였

다. 관련 요인은 패스트푸드 이용과 관련된 인식(신념)을 위주로 알아보고, 예비조사를 거쳐 설문 문항을 작성하였다. 설문지는 패스트푸드 이용 실태, 패스트푸드 이용 결과(장점, 단점)에 관한 신념, 주변 사람들의 영향에 대한 신념, 패스트푸드 이용과 관련된 통제적 신념을 포함하였고, 그 결과는 다음과 같다.

1) 대상자의 평균 연령은 22.1세, 여학생 62.1%, 1~2학년 85.9%이었다. 대상자중 패스트푸드 비이용군은 27.9%, 보통 이용군(주 2회 미만) 42.0%, 자주 이용군(주 2회 이상) 30.1%로 분류되었고, 패스트푸드 이용자의 경우 한달 평균 7.5회 섭취하였다. 대상자의 일반적 특성중 연령만 패스트푸드 이용과 관련이 있었고($p < 0.001$), 보통 이용군, 자주 이용군은 비이용군에 비해 연령이 적었다.

2) 패스트푸드 이용시의 결과에 대한 신념 19항목 중 패스트푸드 이용군간 차이를 보인 것은 5항목이었다. 패스트푸드를 이용하는 경우 비이용군에 비해 패스트푸드의 맛을 좋게 느꼈고 패스트푸드가 포만감을 주며($p < 0.001$) 메뉴가 다양하다는 등 긍정적으로 응답하였다($p < 0.05$). 또한 이용군은 비이용군에 비해 '음식을 짜게 먹게 된다'에는 더 동의하였고, '채소를 적게 먹게 된다'는 인식에는 덜 동의하였다($p < 0.05$).

3) 주위인의 영향에 관한 항목을 비교한 결과, 패스트푸드 이용군(보통, 자주 이용군)은 비이용군에 비해 부모($p < 0.001$), 형제나 자매, 다른 친척($p < 0.01$), 친구, 이성 친구($p < 0.05$) 등 대부분의 주위인이 패스트푸드 이용에 긍정적이어서, 대상자의 패스트푸드 이용에 영향을 미칠 수 있었다.

4) 패스트푸드 이용과 관련된 통제적 신념 19항목 중 9항목에서 군간 차이를 보였다. 패스트푸드 이용군은 비이용군에 비해 판매 장소가 많아서(availability, $p < 0.001$), 다른 음식이 마땅치 않아서($p < 0.01$), 같이 먹는 다른 사람들의 입맛에 맞아서, 간편성, 사회적인 이용 증가, 아무 때나 구입이 가능하므로($p < 0.05$) 등의 항목에 더 동의하여 이러한 요인이 패스트푸드 이용을 쉽게 하는 것으로 나타났다. 또한 이용군은 비이용군에 비해 시간이 부족할 때, 식사 준비가 귀찮을 때, 갑자기 배고플 때($p < 0.05$) 등의 상황에서 패스트푸드를 이용하기 쉽다고 응답하여 패스트푸드 이용을 절제하려는 통제력이 낮음을 알 수 있었다.

5) 본 연구 결과, 대학생들의 패스트푸드 이용은 개인의 인식(패스트푸드 이용과 관련된 실제적 잇점, 건강적 측면의 단점 등), 주위인의 영향, 패스트푸드 이용과 관련된 통제력 등 다양한 요인의 영향을 받고 있었다. 이러한 요인을 중심으로 대학생들의 패스트푸드 이용을 절제하기 위한

실제적 방안, 즉 영양이 우수하고 간편한 메뉴 제시, 패스트푸드의 이용을 점진적으로 줄이기, 목표 설정, 행동 수정, 주위 사람들의 도움 구하기 등 구체적인 방법을 제시해야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

- Ajzen I (1991): The Theory of Planned Behavior. *Org Behav & Hum Dec Processes* 50: 179-211
- Ajzen I, Madden TJ (1986): Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intention, and perceived behavioral control. *J Exp Soc Psychol* 22: 453-474
- Backman DR, Haddad EH, Lee JW, Johnston PK, Hodgkin GE (2002): Psychosocial predictors of healthful dietary behavior in adolescents. *J Nutr Educ Behav* 34: 184-193
- Cheong SH, Kwon WJ, Chang KJ (2002): A comparative study on the dietary attitudes, dietary behaviors and diet qualities of food and nutrition major and non-major female university students. *Kor J Comm Nutr* 7(3): 293-303
- Godin G, Kok G (1996): The theory of planned behavior: a review of its applications to health-related behaviors. *Am J Health Promot* 11: 87-98
- Han MJ (1992): A survey of college student behaviors on fast food restaurants in Seoul area. *Korean J Diet Culture* 7(2): 91-96
- Jung EY, Lim YH, Park MS, Kim MW (2002): A study of the consumption of convenience foods. *Kor J Comm Nutr* (7) 2: 149-155
- Kim CY, Nam SR, Kwok TK (1990): A study on fast food use and nutritional balance assessment. *Korean J Diet Culture* 5: 361-369
- Kim HK (1996): Fast food consumption patterns of college students in Ulsan. *Korean J Diet Culture* 11(1): 131-141
- Kim HY, Choi SH, Ju SE (1996): A survey of the behaviors on fast food restaurants. *Korean J Diet Culture* 11(1): 71-82
- Kim JE, Park DY (2001): A study on predicting behavioral intention of breast feeding among primigravida. *Kor J Comm Nutr* 6(3): 331-339
- Kim KH (2003): A study of the dietary habits, the nutritional knowledge and the consumption patterns of convenience foods of university students in the Gwangju area. *Kor J Comm Nutr* 8(2): 181-191
- Kim KN, Lee KS (1996): Nutrition knowledge, dietary attitudes, and food behaviors of college students. *Korean J Comm Nutr* 1(1): 89-99
- Kim KW, Lee MJ, Kim JH, Sim YH (1998): A study of weight control status and related factors among university female students. *Kor J Comm Nutr* 3(1): 21-33
- Kim KW, Shin EM (2003): Using the theory of planned behavior to explain dairy food consumption among university female students. *Korean J Comm Nutr* 8(1): 53-61
- Korean Nutrition Society (2000): Recommended Dietary Allowances for Koreans. 7th revision, Joongang Munhwa Sa, Seoul
- Lee MS, Lee JW, Woo MK (2001): Study on the factors influencing food consumption by food frequency questionnaire of university students in Taejeon. *Kor J Comm Nutr* 6(2): 172-181
- Lim YH (1997): A survey of college students' behaviors on fast food restaurants in Taejeon area. *Lining Sci (Taejeon Univ.)* 3: 131-147
- Mo SM, Kim CI, Lee SY, Yoon EY, Lee KS, Choi KS (1986): A study on dining out behaviors of fast foods-Focused on Youido apartment compound in Seoul-. *Korean J Diet Culture* 1(3): 295-309
- Montano DE, Kasprzyk D, Taplin SH (1997): The Theory of Reasoned Action and The Theory of Planned Behavior. In: Glanz K, Lewis RM, Rimer BK, eds. Health Behavior and Health Education, 2nd ed., pp.85-112. Jossey-Bass, San Francisco, CA, USA
- Park C, Jun JK (2001): Consumer attitudes and satisfaction for fast-food restaurants in Busan. *J Food Service Management* 4(2): 73-90
- Park K, Ureda JR (1999): Specific motivations of milk consumption among pregnant women enrolled in or eligible for WIC. *J Nutr Educ* 31: 76-85
- Park MR, Kim SH, Wi SU (1999): The consumption patterns of fast food in small cities. *Korean J Diet Culture* 14(2): 139-146
- Shin AS, Roh SB (2000): Fast food consumption patterns of college students in Busan. *Korean J Diet Culture* 15(4): 287-293
- Sim KH, Kim SA (1993): Utilization state of fast-foods among Korean youth in big cities. *Korean J Nutr* 26(6): 804-811
- Wang SK (1992): A study on utilization of fast foods of university students-Focused on Daejeon area-. *Natural Sci (Taejeon Univ.)* 3(1): 181-188
- Yoon HJ, Wi SU (1994): A survey of college student behaviors on fast food restaurants. *Korean J Food & Nutr* 7(4): 323-331
- You DR, Park GS, Kim SY, Kim HH, Lee SJ (2000): Fast food consumption patterns-Focused on college students in Taegu · Kyungbuk-. *J Korean Home Econ Assoc* 38(2): 27-40