

출장요리서비스 웹 사이트의 구성 및 내용 분석

조선영[†] · 강혜경* · 이선영** · 강명희

한남대 식품영양학과 · 우송대 의료영양식품과학과* · 충남대 식품영양학과**

Analysis of Information Structure and Contents on the Web Sites for Catering Services

Cho, Sun-Young[†] · Kang, Hae-Kyung* · Ly, Sun-Young** · Kang, Myung-Hee

Department of Food and Nutrition, Hannam University

Department of Clinical Nutrition and Food Science, Woosong University*

Department of Food and Nutrition, Chungnam University**

ABSTRACT

This study examined the structure and contents of the information provided by the web sites, in terms of clarity, business goal, authority, sustainment of operation and responsibility of customer care, as well as menus. The findings from the analysis of 217 web sites selected from 5 major portal sites, are 1) most of catering business over internet are located around Seoul area, 2) almost 80% of the selected sites are administered by professional agents or firms while the remnants by individuals, 3) except menu and price, any additional information is hardly shown, 4) about three quarter of the sites opened after 2001, that is coherent with the trend of the growth of internet users and eating-out, 5) it is strongly required to create healthful cyber space for the customers, 6) a small number of the sites(12.4%) try to manage access from customers, 7) many sites(73.7%) open the channels for feedback from the customers 8) among the types of catering services offered by the sites, home party is the most popular and the kinds of cuisine, Korean, Japanese, and Chinese, are divided into almost same proportion of the sites, 9) the average number of dishes is 33.5, 10) they offer 7 to 8 different dishes of grain, 4 to 6 of meat, 4 to 10 of fishes, 5 to 13 of vegetables, 1 of fruits, and 1 to 3 of dairy products, 11) The majority of price level is ₩15,001 ~ ₩20,000.

Key Words : Catering services, Internet, Contents, Information structure, Price of menu

서 론

인간이 어떤 음식을 선택하고 조리하여 섭취하는 것은 자연, 사회경제상태, 기술, 국제적 교류, 심리적 요건 등에 의해 결정되는데, 이로 인해 개인이나 지역의 음식 문화, 식습관, 식생활 양상 등이 달라진다.

우리나라의 음식 문화는 1960년 이후 전 인구의 70

퍼센트가 도시로 이주하면서 급격히 변화하기 시작하였다. 1960년대에는 식량부족과 외국에서의 밀가루 원조로 혼식과 밀가루 음식을 장려하게 되어 점차 쌀 중심의 식탁 문화가 하루 세끼 중 한 끼 정도는 밀가루 음식으로 대체되는 양상을 나타내게 되었다. 또한 농업에서 공업으로 국가의 주력 산업이 전환되면서 남성뿐 아니라 여성의 사회진출이 증가하게 되고, 식품 가공기술의 현저한 발달 및 대가족에서 핵가족으로의 전환은 외식 빈도의 증가를 가져와 한국인의 고유의 음식 문화가 퓨전형식의 음식문화로 변화하는 계기를 갖게 하였다. 통계청소비조사에 (1) 의하면 1990년에 총 가구 소비액 중 외식비의 비율이 6.5%이던 것이

접수일 : 2005년 2월 23일, 채택일 : 2005년 7월 6일

*Corresponding author : Cho, Sun-Young, Department of Food and Nutrition, Hannam University, 133 Ojung-dong, Daedeuk-gu, Daejeon 306-791, Korea

Tel : 042)629-7491, Fax : 042)633-7491,

E-mail : choseo@paran.com

꾸준히 성장하여 2000년에는 10%로 10년 새 약 2배 가 증가하였으며 이와 함께 외식급식업체 및 외식업소의 창업 비율도 꾸준히 증가하고 있는 추세이다.

또한 주방은 가족의 음식을 조리·준비하는 장소로의 이용보다는 가족 레저의 중심으로 변화하게 되면서 출장요리에 대한 관심이 증가하고 있다. 식생활은 사교의 중요한 매체로, 친목을 위해서, 또는 중요한 일의 성사를 위해서 손님을 초대하기도 하고, 초대받기도 한다. 이와 같이 음식이 사회생활의 중요한 부분이 되면서 그 비중이 커지고 있으나 여성의 사회 활동 참여로 인해, 식품 조리 시간이 감소되어 가정 밖에서 식사 빈도가 증가함과 동시에, 더욱 편리한 형태의 식생활 영위 방법을 갈구하게 되었는데, 그러한 예가 출장요리로 이는 일종의 *catering service*라 할 수 있다.

*Catering service*란 일정시설을 갖추고 고객의 요구에 맞는 식음료를 조리하여 제공하면서 경제적인 이익을 추구하는 활동으로 외식산업 및 출장 요리 서비스와 위탁급식 업체 등이 있으며, 제품으로 제공되는 식음료 이외에 인적 서비스, 물리적 환경 등이 모두 포함되어 있는 서비스이다(2). 앞으로도 출장요리의 대한 수요의 급증이 예상된다. 그동안 국내에 보고 된 *Catering Service*에 관한 선행연구로는 사업체, 급식소, 근로자의 급식서비스 질에 따른 만족도조사(3,4) 외식업체에서 제공하는 서비스품질에 대한 고객과 서비스 제공자의 인식차이에 의한 분석(5), 외식업체 고객의 서비스품질의 대한 기대도 및 만족도 분석(6), 등과 같이 단체 급식이나 외식산업분야에 대한 연구가 대부분이고, 출장요리에 대한 선행연구는 아직 미흡한 상태이다.

출장요리 서비스는 바쁜 현대인들이 음식을 조리하는데 소모되는 시간은 단축시키고, 반면에 맛이 좋고 영양이 좋은 음식을 제공하므로 소비자에게 충분한 편리함과 영양적 만족감을 동시에 해결해 줄 수 있어, 근래에 와서 출장요리 서비스에 대한 소비자의 요구가 더욱 커지고 있는 실정이다.

이와 함께 1995년 36만6천명이던 국내 인터넷 이용자 수가 2003년 6월, 2861만 명으로 10년 동안 무려 78배 이상 증가했는데, 이는 출장요리서비스에 대한 정보 역시, 인터넷을 통하여 얻는 경향이 두드러지게 증가하고 있다.

ITU(International Telecommunication Union)의(7) 조사에 의하면 한국은 2004년 현재 인구 100명당 23

명이 인터넷을 이용하고 있다고 보고되어 세계 1위의 인터넷 강국으로 부상하였다. 그러나 인터넷을 통하여 제공되는 서비스 또는 정보들은 빠르게 얻을 수 있는 장점은 있지만, 제공되는 정보의 내용이나 웹 사이트의 메타데이터가 모두 정확하거나 바람직하다고 단정지을 수 없다. 또한 인터넷정보란 다수의 사람들에게 정확한 정보가 제공되어야 함으로 본 연구에서는 인터넷에 제공되는 출장요리서비스의 웹 사이트의 외적 구성과 내용들이 얼마나 바람직한지 분석 평가함으로 소비자 중심의 다양한 정보를 제공하는 출장요리서비스 웹 사이트를 구성할 수 있는 기초 자료를 마련하고자 한다(8,9).

연구방법

1. 메타데이터 분석지 개발

출장요리 서비스 웹 사이트의 구성에 대한 분석을 위해 대한영양사협회의 2003년도 식품영양정보 언론 모니터링 사업종합보고서(10-12) 중 인터넷 매체에 나타난 식품영양정보의 현황과(13) 문제점의 연구에서 사용한 인터넷 영양정보 메타 데이터 분석지를 기초로 출장요리서비스의 분석지를 개발하였다.

분석지의 내용으로 출장요리 웹 사이트의 투명성, 목표성, 권위성, 지속성, 책임성 및 출장요리의 내용으로 구성하였으며 이를 위해 사이트 운영자 및 이의 기재여부, 사이트의 목표, 요리정보의 유무, 요리정보제공자, 요리정보의 출처, 요리정보 내용, 식품영양정보의 유무, 식품영양정보 제공자, 식품영양정보의 출처, 식품영양정보의 내용, 사이트 제작일과 이의 기재여부, 게시판 유무 및 운영현황, 운영자의 답변소요시간, 답변건수, 접속건수, 접속횟수, 운영자로의 피드백 기재유무 및 피드백 수단, 출장요리의 종류, 가격, 메뉴의 종류, 출장요리제공 최소단위 등을 조사하였다.

이와 함께, 출장요리서비스 운영 지역 분포, 제공되는 메뉴의 종류 및 단가별 요리 가짓수, 제공되는 요리의 종류 등을 분석함으로 출장요리 서비스 내용의 실제를 파악하고자 하였다.

2004년 7월 한 달간 선정한 217개의 웹 사이트를 대상으로 여러 번의 예비 모니터링을 통해 분석지의 내용을 결정하였다.

2. 모니터링 대상 사이트 추출

인터넷 사이트는 신문 방송매체와는 달리 쉽게 없어 지기도 하고 때로 정보의 내용도 자주 바뀔 수 있기 때문에 본 연구에서는 2004년 7월 5일을 기준으로 한국의 대표적인 검색엔진인(14) 이후, 엠파스, 네이트, 네이버, 파란에서 주제어를 “출장요리”로 하여 나타난 사이트 중 요리학원과 관련된 사이트를 제외한, 출장 요리와 관련 있는 사이트의 수를 조사한 결과 야후 65개, 엠파스 66개, 네이트 89개, 네이버 59개, 파란 43개가 선정되었다.

그러나 각 검색엔진 사이에 중복된 사이트 총 80개 와 각 검색엔진별 열리지 않는 사이트(야후 7개, 엠파스 10개, 네이트 8개) 25개를 제외한 후 모니터링할 사이트로 총 217개(야후 58개, 엠파스 44개, 네이트 58개, 네이버 29개, 네이트 28개) 사이트를 선정하였는데 Table 1과 같다.

3. 모니터링 실시 및 자료 분석

2004년 7월 4일 기준으로 선정된 사이트를, 2004년 8월 5일부터 26일까지 22일 동안, 개발한 설문지를 이용하여 모니터링을 실시하였다.

모니터링한 사이트의 설문지 내용은 SPSS를 이용하여 모든 설문 내용을 빈도와 백분율로 계산하여 검색 엔진별로 분류하여 계산한 뒤 비교분석하였다.

연구결과

1. 출장요리서비스 사이트 운영자의 소재지

모니터링한 출장요리서비스 사이트 운영자의 소재지를 조사하였다(Table 2). 출장요리서비스 사이트의 운영자 소재지는 서울·경기 지역이 72.3%(157개)로 거의 대부분이 수도권에 집중되어 있는 것을 볼 수 있었다. 이외에 대전·충청 지역에는 7.8%(17개), 대구·

Table 1. The number of web-sites selected from 5 internet search engines

	Selected at first	Duplicated	Not opened	Selected finally	No. of sites (%)
yahoo	65(20.2)	0(0)	7(28.0)	58(26.7)	
empas	66(20.5)	12(15.0)	10(40.0)	44(20.3)	
nate	89(27.6)	23(28.7)	8(32.0)	58(26.7)	
naver	59(18.3)	30(37.5)	0(0.0)	29(13.4)	
paran	43(13.4)	15(18.8)	0(0.0)	28(12.9)	
Total	322(100.0)	80(100.0)	25(100.0)	217(100.0)	

Table 2. The number of web-sites by the location of catering service sites

	yahoo	empas	nate	naver	paran	total	No. of sites (%)
Seoul/Kyungki	40(69.0)	31(70.5)	41(70.9)	23(79.3)	22(78.6)	157(72.3)	
Taejon/Chungchung	7(12.0)	3(6.8)	4(6.5)	0(0.0)	3(10.8)	17(7.8)	
Taegu/Kyungbuk	4(6.9)	1(2.3)	2(3.4)	4(13.9)	2(7.1)	13(6.0)	
Pusan/Kyungnam	3(5.2)	2(4.5)	2(3.4)	1(3.4)	1(3.5)	9(4.1)	
Kwangju/Junnam	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
Kangwon	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
Cheju	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
National	4(6.9)	7(15.9)	9(15.8)	1(3.4)	0(0.0)	21(9.8)	
Total	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)	

경북은 6.0%(13개), 부산·경남은 4.1%(9개)로 서울·경기 지역을 제외한 나머지 지역에서 운영되고 있는 출장요리 서비스는 17.7%에 불과하였는데, 이는 출장요리서비스의 이용이 서울 및 수도권을 중심으로 높은 것이 아닌가 사료된다.

전라도, 강원도와 제주도에 소재하는 출장요리 서비스 사이트는 전혀 없었는데, 이는 음식조리 및 제공 방법이 서울 및 수도권 지역에 비해 지방으로 갈수록 가정에서의 조리 방법을 고수하려는 전통적 사고가 한 몫을 하기 때문인 것으로 추정된다.

2. 웹 사이트의 구성에 대한 분석

앞에서 언급한대로, 출장요리서비스를 제공하는 웹 사이트의 투명성, 목표성, 권위성, 지속성, 책임성 및 출장요리서비스에 대한 내용을 조사하였다.

1) 투명성

Table 3에 나타난 대로, 출장요리서비스 웹 사이트 217개 사이트 중 80.2%인 174개 사이트가 운영자에 대하여 기재를 하였다. 검색엔진별 운영자 기재 비율을 살펴보면, 야후 75.9%(44개), 엠파스는 88.6%(39

개), 네이트 86.2%(50개), 네이버 86.2%(25개), 파란 57.1% (16)로 나타났는데 운영자 기재비율이 가장 높은 검색엔진은 엠파스였고 가장 적게 기재한 엔진은 파란이었다.

그리고 출장요리서비스 웹 사이트는 개인(37개, 21.3%)에 비해 출장요리 전문 업소(137개, 78.7%)에서 운영하는 것이 4배 정도 많았다. 검색엔진별로 살펴보면 야후에서 모니터링한 출장요리서비스 사이트 운영자는 개인(23개, 52.3%)과 전문 업소(21개, 47.7%)가 거의 동일한 비율을 보인 반면, 그 외 검색 엔진의 출장요리서비스 웹 사이트는 개인보다 업소에서 운영하는 곳이 거의 대부분이었는데, 전문 업소 운영 비율이 엠파스 83.8%(31개), 네이트 92.0%(42개), 네이버 96.2%(25개), 파란 87.5%(14개)의 순서로 높게 나타났다.

2) 목표성

인터넷 출장요리서비스 사이트의 목표기재여부를 조사하였다. Table 4에 나타난 바와 같이, 217개 사이트 중 79.3%(172개)가 목표를 기재하였는데, 야후 75.9%(44개), 엠파스 84.1%(37개), 네이트 86.2%(50개), 네이버 89.7%(26개), 파란 53.6%(15개)로, 네이버, 네이

Table 3. Clarity of internet catering services sites

	yahoo	empas	nate	naver	paran	Total	No. of sites (%)
Showing operators							
Stated	44(75.9)	39(88.6)	50(86.2)	25(86.2)	16(57.1)	174(80.2)	
Missed	14(24.1)	5(11.4)	8(13.8)	4(13.8)	12(42.9)	43(19.8)	
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)	
Operator							
Individuals	23(52.3)	6(16.2)	4(8.0)	2(7.4)	2(12.5)	37(21.3)	
Firms	21(47.7)	31(83.8)	46(92.0)	25(92.6)	14(87.5)	137(78.7)	
Subtotal	44(100.0)	37(100.0)	50(100.0)	27(100.0)	16(100.0)	174(100.0)	

Table 4. Purpose of internet catering services sites

	yahoo	empas	nate	naver	paran	Total	No. of sites(%)
Purpose of sites							
Stated	44(75.9)	37(84.1)	50(86.2)	26(89.7)	15(53.6)	172(79.3)	
Missed	14(24.1)	7(15.9)	8(13.8)	3(10.3)	13(46.4)	45(20.7)	
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)	

트, 엠파스에서 모니터링한 사이트가 목표 기재 비율이 높은 반면, 파란에서 검색한 사이트는 낮은 비율을 보였다.

3) 권위성

인터넷에서 제공되는 출장요리서비스가 어느 정도

공신력이 있을지를 조사하기 위하여 Table 5에 있는 것처럼 각 웹 사이트에서 제공하는 요리정보와 식품영양 정보를 조사, 분석하였다.

출장요리서비스 웹 사이트에 요리정보를 제공하고 있는 사이트는 전체의 15.7%인 34개에 불과하였는데, 이 중 야후에서 추출된 웹 사이트(15개, 25.9%)가 요

Table 5. Authority of internet catering services sites

No. of sites(%)

	yahoo	empas	nate	naver	paran	No. of sites(%)
Food information						
Given	15(25.9)	5(11.4)	8(13.8)	1(3.4)	5(17.9)	34(15.7)
None	43(74.1)	39(88.6)	50(86.2)	28(96.6)	23(82.1)	183(84.3)
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Information providers						
stated	13(86.7)	3(60.0)	4(50.0)	1(100.0)	3(60.0)	24(70.6)
missed	2(13.3)	2(40.0)	4(50.0)	0(0.0)	2(40.0)	10(29.4)
Subtotal	15(100.0)	5(100.0)	8(100.0)	1(100.0)	5(100.0)	34(100.0)
Information sources						
Experts	9(60.0)	5(100.0)	3(37.5)	0(0.0)	1(20.0)	18(52.9)
Newspaper	1(6.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(2.9)
Magazine	1(6.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(2.9)
Others ¹⁾	4(26.6)	0(0.0)	5(62.5)	1(100.0)	4(80.0)	14(41.3)
Subtotal	15(100.0)	5(100.0)	8(100.0)	1(100.0)	5(100.0)	34(100.0)
Types of Information						
Recipe	3(20.0)	5(100.0)	2(25.0)	0(0.0)	3(60.0)	13(38.2)
Cooking tips	4(26.7)	0(0.0)	2(25.0)	1(100.0)	1(20.0)	8(23.6)
Others ²⁾	8(53.3)	0(0.0)	4(50.0)	0(0.0)	1(20.0)	13(38.2)
Subtotal	15(100.0)	5(100.0)	8(100.0)	1(100.0)	5(100.0)	34(100.0)
Nutrition Information						
Yes	4(6.9)	3(6.8)	2(3.4)	1(3.4)	1(3.6)	11(5.1)
No	54(93.1)	41(93.2)	56(96.6)	28(96.6)	27(96.4)	206(94.9)
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Information providers						
stated	4(100.0)	2(66.7)	1(50.0)	1(100.0)	1(100.0)	9(81.8)
missed	0(0.0)	1(33.3)	1(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(18.2)
Subtotal	4(100.0)	3(100.0)	2(100.0)	1(100.0)	1(100.0)	11(100.0)
Information sources						
Experts	1(25.0)	1(33.3)	0(0.0)	1(100.0)	1(100.0)	4(36.4)
Broadcasting	1(25.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(9.1)
Others ³⁾	2(50.0)	2(66.7)	2(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	6(54.5)
Subtotal	4(100.0)	3(100.0)	2(100.0)	1(100.0)	1(100.0)	11(100.0)
Types of Information						
Nutrition of food	2(50.0)	1(33.3)	2(100.0)	0(0.0)	1(100.0)	6(54.5)
Way to select food	1(25.0)	2(66.7)	0(0.0)	1(100.0)	0(0.0)	4(36.4)
Safety of food	1(25.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(9.1)
Subtotal	4(100.0)	3(100.0)	2(100.0)	1(100.0)	1(100.0)	11(100.0)

¹⁾ Books, Folk recipe, TV, Lecture

²⁾ Matching food, Physical constitution, Way to drink beer, Sanitary information

³⁾ Books, Folk recipe, TV, Radio

리정보를 비교적 많이 실고 있었고, 그 다음이 파란(5개, 17.9%), 네이트(8개, 13.8%), 엠파스(5개, 11.4%) 순이었다. 네이버에서 검색할 수 있는 출장요리서비스 웹 사이트에서는 요리 정보를 올려놓은 사이트가 1개에 불과하였다. 또한 요리정보를 제공한 사이트 중 정보제공자를 기재한 경우는 70.6%가 되었으나 워낙 제공하고 있는 사이트 수가 적어 소비자가 신뢰할만한 수준은 아니었다.

요리정보가 있는 사이트 중 제공된 요리정보의 출처로는 요리전문가가 18개 사이트(52.9%)로 가장 많았고, 신문과 잡지는 각각 1(2.9%)개씩이었으며, 그 외에 책, 민간유래, TV, 라디오, 강좌내용이 기타에 속하여 요리정보는 요리전문가로부터 제공되는 것을 가장 많이 실은 것으로 나타났다. 제공하고 있는 요리 정보내용은 주로 레시피로 13개 사이트(38.2%)에서 제공되고 있었고, 그 외에 요리 시 주의점을 기술한 사이트가 8개(23.6%)였으며, 기타로는 음식궁합, 체질 음식, 맥주를 맛있게 먹는 법, 위생 관련 정보가 있었다. 검색엔진 별로 구별하여보면 레시피를 가장 많이 제공하고 있는 곳은 12개 중 5개 사이트인 엠파스였다. 반면 네이버에서 검색할 수 있는 사이트에서는 요리에 대한 정보가 거의 없었다.

식품영양 정보는 217개 사이트 중 11개(5.1%)에만 있었는데, 야후와 엠파스에서 검색할 수 있는 사이트 각각 4개, 3개에서 식품영양정보를 제공하였고, 네이트, 네이버, 파란은 각각 2개, 1개, 1개 사이트만이 식품영양정보를 제공하였고, 야후와 엠파스에 있는 식품영양정보들은 모두 정보제공자를 밝히고 있었다. 전문가의 말을 인용한 식품영양정보가 4개의 사이트, 그리고 기타로는 TV, 라디오, 책, 민간유래 등이 있었다. 식품영양정보로는 식품의 영양가에 대해 가장 많이 다루었고(6개, 54.5%), 다음이 식품의 선택 방법(4개, 36.4%), 식품의 안전성(1개, 9.1%) 순으로 나타났다.

4) 지속성

Table 6과 같이 온라인상의 출장요리서비스 정보가 어느 정도 지속적으로 제공되고 있는지를 확인하기 위해 사이트의 제작일자, 제작일, 게시판의 유무, 게시판 운영현황과 운영자 답변소요시간 그리고 접속건수의 기재여부를 조사하였다. 사이트 제작일자를 기재한

사이트는 217개 사이트 중 58.5%에 해당하는 127개였는데 반해 사이트의 개신일자를 기재한 사이트는 하나도 없었다. 사이트 제작일에 대한 기재 비율은 네이트에서 추출된 출장요리서비스 사이트가 가장 높았고(41개, 71.7%), 다음은 네이버(18개, 62.1%), 엠파스(26개, 59.1%), 야후(30개, 51.7%), 파란(12개, 42.9%) 순으로 파란이 제작일자에 대한 기재 비율이 가장 낮게 나타났다.

출장요리서비스 웹 사이트의 제작일은 2001년 이후가 전체의 75.6%로 외식 및 간편식의 선호도가 점차 높아짐과 함께 출장요리에 대한 관심이 많아진 것과 같은 맥락을 갖는 것으로 보여 진다. 특히 파란에서 검색할 수 있는 출장요리 사이트는 2001년 이후에 제작된 것이 11개, 91.7%인 것으로 조사되었다. 그러나 2000년 이전에도 야후 7개(23.3%), 엠파스 9개(34.6%), 네이트 9개(22.0%), 네이버 5개(27.8%)로 나타나 인터넷을 통한 출장요리 서비스 제공이 비교적 최근 몇 년간 시작된 것이 아님을 알 수 있다.

이와 함께, 게시판을 운영하고 있는 사이트는 전체의 66.8%인 145개로, 비교적 게시판을 통해 소비자와의 의사소통을 시도하려는 사이트가 많았다. 검색엔진 별 게시판 운영 비율은 네이버가 86.2%로 가장 높았다. 그 다음은 야후 69.0%, 네이트 65.5%, 엠파스 61.4% 순이며, 파란이 53.6%로 가장 낮았다. 그러나 게시판의 운영현황은 생각보다 원활하지 않았다. 게시판이 운영되고 있는 사이트의 3/4 이상이(110개, 75.9%) 출장요리서비스에 대한 내용 전달이나 질문, 답변 등이 아니고, 다른 상업적 목적의 광고 및 선전 등으로 이루어져 있어 보다 신뢰할만한 게시판 운영이 요구된다. 검색엔진별 게시판 운영이 원활한 사이트의 비율은 비교적 비슷하게 나타나고 있지만, 그 중 파란과 네이버가 20.0%로 가장 낮았고, 야후, 네이트, 엠파스는 25% 정도로 비슷하였다.

정보검색자의 질문에 대한 답변소요 시간은 24시간이 8개로 22.9%, 48시간이 7개(20.0%), 72시간이 20(57.1%)로 게시판 운영자가 검색자의 질문에 적어도 3일안에 답변을 하는 것으로 나타났다. 또한 게시판이 운영되는 사이트 145개 중, 게시판에 올려진 질문에 대한 일주일간 답변건수는 3개 이하가 11개 사이트(31.4%)였고, 6개 이하가 12개 사이트(34.3%)이며, 10개 이상 답변한 경우는 12개(34.3%)로 거의 비

Table 6. Durability of internet catering services sites

	yahoo	empas	nate	naver	paran	No. of sites (%)
Showing Setting-up date						Total
Show	30(51.7)	26(59.1)	41(70.7)	18(62.1)	12(42.9)	127(58.5)
missed	28(48.3)	18(40.9)	17(29.3)	11(37.9)	16(57.1)	90(41.5)
subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Renewal date						
stated	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
missed	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Setting-up date						
before 2000	7(23.3)	9(34.6)	9(22.0)	5(27.8)	1(8.3)	31(24.4)
2001 ~ 2002	12(40.0)	5(19.2)	19(46.3)	8(44.4)	5(41.7)	49(38.6)
2003 ~ 2004	11(36.7)	12(46.2)	13(31.7)	5(27.8)	6(50.0)	47(37.0)
Subtotal	30(100.0)	26(100.0)	41(100.0)	18(100.0)	12(100.0)	127(100.0)
Bulletin						
Yes	40(69.0)	27(61.4)	38(65.5)	25(86.2)	15(53.6)	145(66.8)
No	18(31.0)	17(38.6)	20(34.5)	4(13.8)	13(46.4)	72(33.2)
subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Operational Status						
Good	10(25.0)	7(25.9)	10(26.3)	5(20.0)	3(20.0)	35(24.1)
Not Good	30(75.0)	20(74.1)	28(73.7)	20(80.0)	12(80.0)	110(75.9)
Subtotal	40(100.0)	27(100.0)	38(100.0)	25(100.0)	15(100.0)	145(100.0)
Time for answering						
24hours	5(50.0)	1(14.3)	2(20.0)	0(0.0)	0(0.0)	8(22.9)
48hours	3(30.0)	1(14.3)	3(30.0)	0(0.0)	0(0.0)	7(20.0)
72hours	2(20.0)	5(71.4)	5(50.0)	5(100.0)	3(100.0)	20(57.1)
Subtotal	10(100.0)	7(100.0)	10(100.0)	5(100.0)	3(100.0)	35(100.0)
No. of answers						
below 3	3(30.0)	1(14.3)	2(20.0)	3(60.0)	2(66.7)	11(31.4)
4~6	5(50.0)	1(14.3)	3(30.0)	2(40.0)	1(33.3)	12(34.3)
7~10	2(20.0)	5(71.4)	5(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	12(34.3)
Subtotal	10(100.0)	7(100.0)	10(70.0)	5(100.0)	3(100.0)	35(100.0)
Count no. of accesess						
Yes	10(17.2)	7(15.9)	5(8.6)	3(10.3)	2(7.1)	27(12.4)
No	48(82.8)	37(84.1)	53(91.4)	26(89.7)	26(92.9)	190(87.6)
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
No. of Access						
Below 10,000	3(30.0)	2(28.6)	2(40.0)	2(66.7)	1(50.0)	10(37.1)
10,001 ~ 25,000	1(10.0)	2(28.6)	3(60.0)	0(0.0)	1(50.0)	7(25.9)
25,001 ~ 70,000	3(30.0)	2(28.6)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	5(18.5)
over 70,000	3(30.0)	1(14.2)	0(0.0)	1(33.3)	0(0.0)	5(18.5)
Subtotal	10(100.0)	7(100.0)	5(100.0)	3(100.0)	2(100.0)	27(100.0)

수하였다. 이는 게시판에 올라온 질문이 많지 않은 점도 영향을 미쳤을 것으로 사료된다. 비교적 야후에서 검색할 수 있는 사이트의 게시판 답변소요시간이 다른 검색엔진에 비해 빠른 것으로 조사되었는데, 3일 안에 답변하는 경우는 57.1%로, 2일 이상 소요되는 비율보다 높게 나타났다. 반면에, 엠파스 네이트, 네이버, 파

란 등은 검색자들의 질문에 대해 게시판을 통해 운영자가 답변하는데 소요된 시간이 주로 3일 정도인 것으로 분석되었다. 운영자의 답변건수는 모든 검색엔진에서 1주일 간 3개 이하인 것으로 나타나 실제로 인터넷 출장요리 서비스의 게시판은 효율적으로 운영되고 있지 않은 것을 알 수 있었다.

그리고 접속건수에 대하여는 전체 모니터링 사이트의 12.4%인 27개 사이트만이 기재되어 있었는데, 야후와 엠파스의 경우, 접속건수 기재 비율이 각각 17.2%, 15.9%로 다른 검색엔진(네이트 8.6%, 네이버 10.3%, 파란 7.1%)에 비해 다소 높았다. 접속건수를 기재한 사이트 중 접속건수 10,000개 이하인 경우는 10개(35.7%)였고, 10,001~25,000는 25%인 7개, 25,001~70,000는 18.5%인 5개, 70,000이상은 5개(18.5%)로 나타났다.

5) 책임성

출장요리관련 인터넷 사이트들의 책임성을 조사하기 위해서 운영자로의 피드백 기재 유무 및 수단을 확인하였다(Table 7).

전체 217개 모니터링 사이트 중 57개(26.3%)를 제외한 160개(73.7%)사이트가 어떤 형태로든지 운영자로의 피드백 방법에 대하여 기재하고 있었다. 피드백 기재율이 가장 높은 검색엔진은 네이트로 84.5%였고, 가장 낮은 것은 파란으로 46.4%였으며 파란에 올려진 사이트의 반 이상이 피드백 방법에 대해 언급하지 않은 것으로 보아, 인터넷 검색자와 의사소통이 원활하지 않을 수 있음을 시사하였다. 또한 피드백 수단은 복수 기재율이 높았으며 그 중 전화번호(28.6%) 기재율이 가장 높았고, 게시판(22.4%), 이메일(19.7%), 주소(18.7%), 팩스(10.6%)등의 방법도 동시에 제공하고 있었다.

6) 내용

출장요리 서비스의 종류는 홈파티, 테마연회, 기업행사, 결혼 피로연, 등으로 분류되었다. 홈파티는 yahoo

23개(47.9%), empas 36개(27.7%), nate 41개(28.9%), naver 26개(23.9%), paran 14개(29.8%)로 야후에서 검색할 수 있는 출장요리 서비스에 가장 많았다. 반면, 엠파스, 네이트, 네이버, 파란에서 추출된 사이트들에서는 홈파티, 테마연회, 기업행사, 결혼 피로연이 거의 비슷한 비율을 보였다. 출장요리 가격은 1인당 단가의 종류가 다양하며 편의상 메뉴 단가를 13,000원 이하, 13,001~15,000원, 15,001원~20,000원, 20,001~30,000원 이상의 4개 군으로 분류했다. 13,000원 이하가 yahoo 17개(21.0%), empas 18개(16.5%), nate 15개(12.3%), naver 14개(68%), paran 6개(17.2%)이었고, 13,001원~15,000원은 yahoo 18개(22.2%), empas 30개(27.5%), nate 30개(24.6%), naver 18개(20.9%), paran 8개(22.8%)이었다. 15,001원~20,000원대가 160개(36.9%)로 가장 많았고 그 다음이 13,000~15,000원으로 104개(24.0%). 13,000원 이하는 70개(16.2%)의 순이었으며, 20,000원 이상의 단가로 제공되는 출장요리는 모두 99개(22.9%)였다. 이를 볼 때 출장요리 서비스 가격은 13,000원에서 20,000원 사이가 가장 보편적으로 보인다. 메뉴단가는 검색엔진별 사이에 비슷한 경향을 보인다. 출장요리 메뉴의 종류로는 한식, 양식, 중식, 퓨전 등이 있었는데, 모든 검색 엔진에서 한식, 중식, 일식을 제공하는 출장요리의 비율이 거의 비슷하였다. 한편, 출장요리의 최소단위에 대해서 yahoo 47개(81%), empas 18개(40.9%), nate 22개(37.9%), naver 4개(13.8%), paran 17개(60.7%)가 언급을 하지 않았는데, 특히 야후의 경우 최소 단위에 대한 언급을 한 사이트의 비율이 19.6%에 불과하였다. 반면에 네이버에서 찾을 수 있는 출장요리 사

Table 7. Responsibility of internet catering services sites

	No. of sites (%)					
	yahoo	empas	nate	naver	paran	Total
Feedback by Webmaster						
Yes	41(70.7)	34(77.3)	49(84.5)	23(79.3)	13(46.4)	160(73.7)
No	17(29.3)	10(22.7)	9(15.5)	6(20.7)	15(53.6)	57(26.3)
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Types of Feedback						
e-mail	41(24.8)	27(22.3)	28(18.2)	10(11.2)	9(16.4)	115(19.7)
Address	31(18.8)	21(17.4)	26(16.9)	21(23.6)	10(18.2)	109(18.7)
Telephone	39(23.6)	38(31.4)	48(31.2)	26(29.2)	16(29.1)	167(28.6)
Buletin	32(19.4)	27(22.3)	39(25.3)	19(21.4)	14(25.4)	131(22.4)
Fax	22(13.4)	8(6.6)	13(8.4)	13(14.6)	6(10.9)	62(10.6)
Subtotal	165(100.0)	121(100.0)	154(100.0)	89(100.0)	55(100.0)	584(100.0)

Table 8. Contents of internet catering services

	No. of sites (%)					
	yahoo	empas	nate	naver	paran	Total
Types of Services						
Home party	23(47.9)	36(27.7)	41(28.9)	26(23.9)	14(29.8)	140(29.4)
Theme Banquet	8(16.7)	31(23.8)	32(22.6)	22(20.2)	10(21.3)	103(21.6)
Corporate Event	8(16.7)	31(23.8)	34(23.9)	24(22.0)	10(21.3)	107(22.5)
Wedding Reception	8(16.7)	30(23.2)	35(24.6)	25(22.9)	11(23.4)	109(22.9)
Other	1(2.0)	2(1.5)	0(0.0)	12(11.0)	2(4.2)	17(3.6)
Subtotal	48(100.0)	130(100.0)	142(100.0)	109(100.0)	47(100.0)	476(100.0)
Price						
Below 13,000 won	17(21.0)	18(16.5)	15(12.3)	14(16.3)	6(17.2)	70(16.2)
13,001 ~ 15,000 won	18(22.2)	30(27.5)	30(24.6)	18(20.9)	8(22.8)	104(24.0)
15,001 ~ 20,000 won	26(32.1)	41(37.6)	49(40.2)	32(37.2)	12(34.3)	160(22.9)
20,001 ~ 30,000 won	20(24.7)	20(18.4)	28(22.9)	22(25.6)	9(25.7)	99(22.9)
Subtotal	81(100.0)	109(100.0)	122(100.0)	86(100.0)	35(100.0)	433(85.9)
Menu						
Korean	28(24.8)	32(23.9)	36(28.1)	24(24.7)	13(31.7)	133(25.9)
Western	23(20.4)	30(22.4)	24(18.8)	18(18.6)	8(19.5)	103(20.1)
Japanese	20(17.7)	31(23.1)	32(25.0)	22(22.7)	9(22.0)	114(22.2)
Chinese	25(22.1)	31(23.1)	31(24.2)	22(22.7)	10(24.4)	119(23.2)
Fusion	17(15.0)	10(7.5)	5(3.9)	11(11.3)	1(2.4)	44(8.6)
Subtotal	113(100.0)	134(100.0)	128(100.0)	97(100.0)	41(100.0)	513(100.0)
Lowest Price of service						
Yes	11(19.0)	26(59.1)	36(62.1)	25(86.2)	11(39.3)	109(50.2)
No	47(81.0)	18(40.9)	22(37.9)	4(13.8)	17(60.7)	108(49.8)
Subtotal	58(100.0)	44(100.0)	58(100.0)	29(100.0)	28(100.0)	217(100.0)
Price						
below 13,000 won	5(45.4)	15(57.7)	14(38.8)	14(56.0)	7(63.6)	55(50.5)
13,001 ~ 15,000 won	3(27.3)	10(38.5)	19(52.8)	11(44.0)	3(27.3)	46(42.2)
15,001 ~ 20,000 won	3(27.3)	1(3.8)	2(5.6)	0(0.0)	1(9.1)	7(6.4)
20,001 ~ 30,000 won	0(0.0)	0(0.0)	1(2.8)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.9)
Subtotal	11(100.0)	26(100.0)	36(100.0)	25(100.0)	11(100.0)	109(100.0)
No. of People for service						
Not given	0(0.0)	7(26.9)	3(8.3)	0(0.0)	4(36.4)	14(12.8)
1~10	5(45.4)	1(3.8)	12(33.3)	5(0.0)	0(0.0)	23(21.2)
11~25	2(18.2)	2(7.7)	5(14.0)	7(28.0)	4(36.4)	20(18.3)
26~80	3(27.3)	6(23.1)	4(11.1)	4(16.0)	1(9.0)	18(16.5)
81~200	1(9.1)	10(38.5)	12(33.3)	9(36.0)	2(18.2)	34(31.2)
Subtotal	11(100.0)	26(100.0)	36(100.0)	25(100.0)	11(100.0)	109(100.0)

이트 중, 86.2%가 출장요리 최소단위를 제시하고 있어 소비자가 예산을 세우기에 도움을 줄 수 있는 것으로 사료된다.

출장요리 제공시 최소단위가 있는 요리의 단가는 13,000원 이하가 55개(50.5%), 13,001원~15,000원 이 46개(42.2%)로 대부분을 차지했다. 출장요리를 제공할 수 있는 최소 인원은 1~10명이 21.2%, 11~25명이 18.3%, 26~80명이 16.5%, 200명 이상이 31.2

%였고, 인원수에 제한을 두고 있지 않은 사이트는 14개 사이트에 불과해 인원이 10명 이하인 경우는 출장요리업체를 선택할 수 있는 가능성이 적은 것으로 나타났다(Table 8).

3. 인터넷 출장요리서비스의 내용 분석

1) 검색엔진별, 단가별 출장요리의 가짓수

Table 9는 검색엔진별, 단가별 출장요리의 총 가짓수의 평균을 나타낸 표이다. 단가는 본 연구자가 모니터링한 메뉴에 따라 그 내용이 비슷하다고 판단되는 단가를 13,000원 이하, 13,001원~15,000원, 15,001원~20,000원, 20,001원~25,000원, 25,001원~30,000원, 30,001 이상 등 6군으로 분류하여 단가별 제공되는 요리의 총 가짓수 평균을 조사하였다.

총 요리의 가짓수는 단가가 올라감에 따라 증가하는 경향을 보였으나 30,001원 이상의 메뉴에서는 제공되는 총 요리의 가지 수가 31.2가지로 20,001원~30,000원의 메뉴보다 오히려 6~7가지 정도 적었다. 야후에서 추출한 출장요리 웹 사이트의 요리 수는 25,001원~30,000원에서 38.2가지로 가장 많았고, 그 다음이 20,001원~25,000원에서 37.8가지, 13,001원~15,000원에서 36.6가지, 15,001원~20,000원에서 34.6 가지의 순으로 나타났다. 그러나 엠파스에서는 요리 가짓수가 많은 단가 순으로 나열하면 25,001원~30,000원(39.1개), 30,001원~25,000원(38.1개), 30,000원 이상(37.0개), 15,001원~20,000원(34.1개), 13,000원 이하(30개), 13,001원~15,000원(28.5개)의 순이었다. 또한 네이트는 20,001원~25,000원의 요리수가 38.7개로 가장 많았고, 네이버는 25,001원~30,000원의 메뉴가 37.4개의 요리를 제공하여 가장 높게 나타났다. 파란의 경우는 25,001원~30,000원의 단가 메뉴가 42개의 요리를 제공함으로 검색엔진별 단가별 메뉴의 요리가짓수 중 가장 많은 반면, 30,000원 이상의 메뉴에서는 23.6가지만 제공하고 있어 다른 검색엔진에서 모니터링 한 메뉴 단가별 요리 가짓수 중 가장 적게 조사되었다.

2) 단기별 식품군 가짓수

출장요리업체에 따라 제공하는 식품군의 가짓수가 매우 상이하여 전체의 단가를 15,000원 이하, 15,001원~20,000원, 20,001원~25,000원, 25,001원 이상의 4군으로 분류하여 단기별, 검색엔진별 제공되는 식품군의 가짓수를 조사, 분석하였다(Table 10). 출장요리에서 제공하는 영양밥, 볶음밥, 흑미밥, 김밥, 유부초밥, 죽 등을 곡류에 넣었고, 고기류는 탕수육, 닭, 부채살, 돼지고기, 갈비찜, 꼬리찜 등이고, 생선류는 복어, 전복, 장어, 메로, 대합, 낙지, 도미, 새우, 꽃게, 쭈꾸미 등이고, 채소류에는 김치, 탕평채, 도토리, 양상치, 오이, 도라지, 고사리, 숙주, 시금치 등이며, 과일류에는 귤, 사과, 유제품은 아이스크림, 우유 등으로 분류하였다.

출장요리에서 제공하는 식품군별 가지 수는 곡류군이 7~8가지, 고기류가 4~6가지, 생선이 4~10가지, 채소 5~13가지, 과일 1가지 정도, 유제품이 1~3가지로 나타났다. 이 때 곡류나 고기, 과일, 유제품은 제공되는 요리의 수가 단가의 증감과 상관이 없었으나, 생선의 경우, 대체로 출장요리 단가가 높으면 생선의 가지 수가 증가하는 경향을 보였고 네이버에서 모니터링한 25,001원 이상의 메뉴에서는 생선류가 10.4가지나 제공되었다.

이를 검색엔진별로 살펴보면, 야후에서는 20,001원~25,000원의 단가를 갖는 메뉴의 곡류 요리 가지 수가 10개로 가장 많았고, 고기류의 가짓수는 오히려 20,000원 이하의 메뉴(5.2가지)가 그 이상인 메뉴(각각 4.6가지, 4.0가지)보다 더 많았다. 또한 채소의 경우도 25,001원 이상의 메뉴에서는 5가지를 제공한 반면, 그 이하의 단가에서는 7~9가지의 채소를 제공하여, 단가와 제공하는 요리의 가지 수는 상관성이 없어 보였다. 엠파스에서 추출한 사이트의 경우는 야후와 달리 가장 낮은 단가의 메뉴에서 제공되는 요리의 수

Table 9. The number of dishes by prices for the internet catering services selected from 5 internet search engines

No. of sites(%)

	yahoo	empas	nate	naver	paran	average
below 13,000 won	31.0	30.0	28.3	33.0	32.0	30.8
13,001~15,000 won	36.6	28.5	29.0	28.0	27.0	29.8
15,001~20,000 won	34.6	34.1	32.3	32.4	32.4	32.7
20,001~25,000 won	37.8	38.1	38.7	36.4	36.2	37.4
25,001~30,000 won	38.2	39.1	38.0	37.4	42.0	38.9
over 30,000 won	29.0	37.0	0.0	35.5	23.6	31.2

Table 10. The number of dishes by the kind of dishes and by the prices of internet catering services on each internet search engine

		grain	meats	fishes	vegetables	fruits	dairies
yahoo	below 15,000*	7.0	5.2	4.4	7.2	1.5	1.5
	15,001~20,000	9.0	5.2	9.2	8.8	1.0	1.8
	20,001~25,000	10.0	4.6	9.6	7.6	1.0	1.0
	over 25,000	8.0	4.0	5.0	5.0	1.0	1.0
empas	below 15,000*	7.1	4.6	6.4	6.5	1.0	1.9
	15,001~20,000	8.5	6.1	8.6	9.2	1.0	2.1
	20,001~25,000	8.8	6.4	8.3	9.0	1.0	2.3
	over 25,000	9.3	7.0	8.3	9.3	1.3	1.6
nate	below 15,000*	6.3	4.6	6.0	6.4	1.0	1.8
	15,001~20,000	7.0	6.3	7.4	6.8	1.0	2.1
	20,001~25,000	7.9	5.5	8.4	9.6	1.0	2.0
	over 25,000	7.0	6.3	9.0	7.6	1.0	2.6
naver	below 15,000*	6.0	4.8	6.0	5.6	1.0	1.8
	15,001~20,000	6.8	5.7	8.9	6.1	1.3	1.5
	20,001~25,000	7.8	5.9	9.6	7.7	1.0	1.7
	over 25,000	7.6	6.4	10.4	7.8	1.0	2.0
paran	below 15,000*	6.3	4.6	6.0	6.4	1.0	1.8
	15,001~20,000	7.0	6.3	7.4	6.8	1.0	2.1
	20,001~25,000	7.9	5.5	8.4	12.6	1.0	2.0
	over 25,000	7.0	6.3	9.0	7.6	1.0	2.6
Total	below 15,000*	6.5	4.8	5.8	6.4	1.1	1.8
	15,001~20,000	7.7	5.9	8.2	7.5	1.1	1.9
	20,001~25,000	8.5	5.6	8.9	9.3	1.0	1.8
	over 25,000	7.8	6.0	8.3	7.5	1.1	2.0

* won(₩)

가 그 이상의 단가에서 제공하는 요리의 수에 비해 적었는데, 특히 고기류와 채소류의 경우, 15,000원 이하에서는 각각 4.6가지, 6.5가지였는데 반하여 25,001원 이상의 메뉴에서는 고기류 7.0가지, 채소 9.3가지로 15,000원 이하의 메뉴에 비해 3가지 이상의 요리를 더 제공하였다. 또한 유제품의 경우도 15,001원~20,000원은 2.1가지, 20,001원~25,000원은 2.3가지를 제공하고 있어서, 25,001원 이상(1.6가지) 또는 15,000원 이하(1.9가지)보다 더 많았다.

네이트, 네이버, 파란의 경우는 엠파스와 비슷한 경향을 보였는데, 곡류군의 가짓수가 가장 많은 출장요리 단가는 20,001원~25,000원으로 각각 7.9가지, 7.8가지, 7.9가지를 제공하였다. 15,000원 이하에서 고기와 생선의 가짓수는 각각 4.6~4.8가지, 6.0가지로 조사되었고, 단자가 그 이상이 되면 1~2가지가 더 추가되었다. 채소의 경우는 파란에서 모니터링 한 20,001원~25,000원의 메뉴가 12.6가지를 제공하고 있어서 다른 검색엔진에서 조사한 메뉴의 채소요리 가짓수

중 가장 높게 나타났다. 과일은 전 단가에서 1가지 정도 제공하는 것으로 조사되었으며, 유제품의 경우는 평균 전 단가에서 2~3가지 정도 제공되는 것으로 나타났다.

결론 및 제언

본 연구에서는 현재 인터넷에서 제공하는 출장요리 서비스 사이트들의 현황을 파악하고자 사이트들의 외적 구성과 내용 등에 대하여 모니터링하고 그 결과를 분석, 평가하였다. 모니터링 도구로는 웹 사이트의 투명성, 목표성, 권위성, 지속성, 책임성 및 출장요리의 내용이 담긴 설문지를 개발하여 사용하였으며, 야후(58개), 엠파스(22개), 네이트(58개), 네이버(29개), 파란(28)의 5개 검색엔진에서 “출장요리”를 주제어로 검색한 총 217개 사이트를 대상으로 모니터링을 실시하였다.

조사 결과에 대한 요약은 다음과 같다.

1. 출장요리서비스 사이트의 운영자 주소지는 대부분이 수도권 지역에(72.3%) 집중되어 있었고, 전라도, 강원도, 제주도에서 운영되는 출장요리 서비스 사이트가 없었다.
2. 출장요리서비스 웹 사이트는 개인(21.3%)에 비해 출장요리 전문 업소(78.7%)에서 운영하는 것이 4 배정도 많았다. 한 편, 모니터링 한 217개 사이트 중 목표를 기재한 것이 79.3%이었다.¹⁾
3. 출장요리 웹 사이트에서 제공하는 요리정보는 전체의 15.7%인 34개 사이트, 식품영양 정보는 전체의 5.1%인 11개에 불과하여 출장요리 웹 사이트에서 출장요리 단가와 메뉴 외에 부가적인 정보는 얻기 어려웠다.
4. 출장요리서비스 웹 사이트의 제작일은 2001년 이후가 전체의 75.6%로 출장요리에 대한 수요가 외식의 선호도가 높아지는 추세와 같은 맥락을 보이고 있다.
5. 게시판을 통해 소비자와 의사소통을 시도하려는 사이트가 66.8%를 나타냈으나 원활하게 운영되고 있는 사이트가 적었다. 게시판에 올라온 내용은 다른 상업적 목적의 광고 및 선전 등으로 이루어져 있어 보다 신뢰할만한 게시판 운영이 요구된다.
6. 217개 사이트 중 12.4%만이 접속건수를 관리하고 있었다.
7. 전체의 73.7%가 어떤 형태로든지 피드백 방법을 사용하고 있었다. 피드백 수단으로는 전화번호(28.6%), 게시판(22.4%), 이메일(19.7%), 주소(18.7%), 팩스(10.6%) 등을 제공하였다.
8. 출장요리 서비스의 내용을 보면 홈파티, 테마연회, 기업행사, 결혼 피로연, 기타가 있으며, 야후는 홈파티가 많았고, 엠파스, 네이트, 네이버, 파란은 홈파티, 테마연회, 기업행사, 결혼피로연이 거의 비슷하였다. 대부분의 출장요리는 한식, 중식, 일식이 비슷한 비율을 보였다. 일반적으로 출장요리의 단가는 15,001원~20,000원 이하가 160개로 가장 많았고, 그 다음이 13,001~

¹⁾ 야후 75.9%(44개), 엠파스 84.1%(37개), 네이트 86.2%(50개), 네이버 89.7%(26개), 파란 53.6%(15개)

- 15,000원 이하로 104개, 13,000원 이하는 70개의 순이었으며, 20,000원 이상의 단가로 제공되는 메뉴의 수는 모두 99개였다. 이를 볼 때, 출장요리서비스 가격은 13,001원에서 20,000원 사이가 가장 보편적인 것으로 보인다. 메뉴단가는 검색엔진별 사이에 비슷한 경향을 보였다. 출장요리 제공 최소 인원수는 10명 이하가 21.1%, 11~25명이 18.3%, 26~80명이 16.5%, 81~200명이 31.2%였다.
9. 단가에 상관없이 출장요리 가지 수는 평균 33.5 가지였고, 30,001원 이상의 메뉴에서는 제공되는 총 요리의 가짓수가 31.2가지로 20,001원~30,000원의 메뉴보다 오히려 제공되는 요리의 가짓수가 6~7가지 정도 적었다.
 10. 출장요리에서 제공하는 식품군별 가지 수는 곡류군이 7~8가지, 고기류가 4~6가지, 생선이 4~10가지, 채소 5~13가지, 과일 1가지 정도, 유제품이 1~3가지로 나타났다. 출장요리 단자가 높으면 생선의 가지 수가 증가하는 경향을 보였다.

본 연구결과 및 고찰로 다음과 같이 제언을 하고자 한다. 출장요리에 대한 업소들이 정규 모니터요원의 주기적인 활동으로 인터넷의 홈페이지를 효과적으로 체계를 세워 나가야 하며 본 연구를 기초로 해서 출장요리서비스의 질적 향상에 도움이 되었으면 한다. 그리고 현재 출장요리의 인터넷 활용이 초기 단계로 판단되며, 내용의 구성이 충실히 사례가 많지 않아 연구에 제한점이 있었다.

참고문헌

1. Korea National Statistical Office. Report of Industrial Census, 2000
2. Jaekeun Son, Taehee Ku. Study on the efficient operation of catering service. Study of Tourism Information, 5:105-123, 2000
3. Tong Kyung Kwak, Mi Ra Jang. Customer Survey for Foodservice Quality Improvement in Employee Feeding Operations. *J. of the Korean Dietetic Assoc* 2(1):81-91, 1996

4. Mi Ja Kim. Service Quality Assessment for *Food Service*. *Food-Service Management* 2(2):29-52, 1999
5. Il Sun Yang, Hye Young Kim, Seo Young Shin, Sung Hye Kim. Analysis of Consumers' Expectation and Satisfaction of the Food-service Quality. *Korean Journal of Food Culture* 15(1):41-49, 2000
6. Il Sun Yang, Sung Aie Kim, Dong Hoon Kim. Analysis of the differences between consumers and food-service providers in their perception on the quality of food-services. *Journal of Community Nutrition* 4(3):466-478, 1999
7. Korea Network Information Center(www.nic.or.kr), Survey of wireless internet Usage, 2003
8. Lee Seon Yeong, Kang Hye Gyeong, Yang Il Seon, Kang Myeong Hui. Analysis of Contents of Nutrition Information on the Internet. *J. of the Korean Dietetic Assoc* 10(2):224-234, 2004
9. Young Sun Choi. Contents of Domestic and Overseas Web Pages Related to Nutrition and Guides to Build Web Nutrition Information. *J. of the Korean Dietetic Assoc* 6(1):26-32, 2000
10. 대한영양사협회. 언론매체에 비친 식품, 영양정보, 이대로 좋은가?. 대한영양사협회 식품영양 모니터링 심포지엄 자료집, 2003
11. 대한영양사협회. 식품영양정보 언론모니터링 사업종합보고서, 2002
12. 대한영양사협회. 언론매체에 비친 식품, 영양정보, 이대로 좋은가?. 대한 영양사협회 식품영양 모니터링 심포지엄 자료집, 1999
13. Youg Chul Jung, You Mi Oh. Internet Health Information, 2001
14. Korea Network Information Center. Intenrent Statistics of Korea, 2002