KOREAN J. FOOD COOKERY SCI.
Vol. 25, No. 5, pp. 564 ~574 (2009)

학교급식 종사자의 로하스(LOHAS)수준이 식재료 구매태도 및 급식품질에 미치는 영향 연구

이 연 정
경주대학교 외식조리학과

Evaluation of the Effects on Food Service Quality and Food Purchasing Attitudes According to the LOHAS level of School Foodservice Employees

Yeon-Jung Lee
Department of Food service management and Culinary, Gyeongju University

Abstract

This study was conducted to evaluate the effects of the LOHAS index value of school food service employees on the purchase of food materials and foodservice quality. The subjects consisted of 566 foodservice employees. The findings were as follows. (1) The foodservice employee's LOHAS index fell within that of a NOMADICS group with an average of 72.18 points out of 100 points. (2) When the age, working experience and LOHAS index of the foodservice employees was high, the necessity, view, interest and recognition of LOHAS introduction for the improvement of the foodservice environment was high. (3) The amount of environmentally-friendly food materials purchased by foodservice employees was high, when they had a high LOHAS index. (4) High foodservice quality management items of foodservice employees were 'sanitation management' (3.87 points) and 'human resource management' (3.84 points), whereas 'menu management' (3.57 points) and 'food material and inspection management' (3.61 points) scored low. (5) The LOHAS index of foodservice employees has a significant impact on the purchase intention of environmentally-friendly food materials in LOHAS and NOMADICS groups. (6) This study confirmed that a higher LOHAS index of foodservice employees was associated with higher foodservice quality management behavior, which leads to an improved quality of foodservice.

Key words: foodservice quality, purchasing, LOHAS, school foodservice employees

I. 서 론

우리나라 학교급식은 현재 학교급식전면실시라는 확대 정책시기를 거쳐 질적 향상을 위한 운영 내실화로 전환되는 시점에 놓여 있고 초, 중, 고, 특수학교의 99%이상이 급식을 실시하고 있는 상황에 학교급식에서 제공되는 메뉴와 급식품질에 대한 학생과 학부모의 기대와 관심은 매우 높은 실정이다(Choo YJ 등 2006).

특히 웰빙(Well-being)과 로하스(LOHAS) 열풍에 맞물려 학교급식에서의 건강 식재료에 대한 요구도가 높아지고 있고, 식재료 품질기준과 고품격 급식품질의 제공이 강화되는 급식환경 하에서 급식종사자의 역할은 더욱 중요해지고 있다(Lee YJ와 Lee CY 2009).

로하스(LOHAS)란 "건강과 지속가능성을 추구하는 라이프스타일(Lifestyles of Health and Sustainability, LOHAS)"의 약자로 단어를 그대로 직역하면 건강과 지속가능성을 추구하는 라이프스타일이라 할 수 있다. 쉽게 말해 나의 행복과 건강에서 나아가 후세와 지구의 환경까지 고려하는 진정한 웰빙의 의미이며, 건강한 삶을 추구한다는 측면에서 웰빙과 비슷하지만, 자신의 건강뿐 아니라 후손의 건강까지 챙긴다는 점에서 웰빙과는 차이를 보이고 있으며, 웰빙이 개인의 행복에 대한 소비에 초점을 맞춘 트렌드라면 로하스는 웰빙에서 한 단계 더 성숙한, 이타적이고 범사회적 운동이라고 할 수 있다(Steve F와 Gwynne R 2005, Seo DG와 Joo HS 2008). 따라서 웰빙보다는

†Corresponding author: Yeon-Jung Lee, Department of Food service management and Culinary, Gyeongju University
Tel: 054-770-5372
Fax: 054-748-8568
E-mail: yeonjung@kju.ac.kr

진화된 의미인 로하스는 자신의 건강뿐만 아니라 후대에 물려 줄 지속가능한(Sustainable) 소비기반을 생각하는 소비패턴으로, 사회, 경제, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위에서 소비함으로써 다음 세대가 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하는 현명한 소비자들의 라이프스타일을 의미한다. 이와 같이 로하스는 나를 넘어서 타인과 사회, 그리고 전 지구적으로 건강하게 살고자 하는 정신을 포함한 라이프스타일이며, 현대사회에서 점차적으로 그 영향을 넓혀가고 있는 트렌드이다(Kotra 2005, Kwon YJ 등 2006).

이미 2005년 미국 전체 소비자의 60%이상이 로하스 소비자로 분류되었고, 미국 로하스소비자 트렌드 데이터(LOHAS Consumer Trends Database)에 의하면 로하스소비자의 72%가 가족에게 건강음식을 제공하는 것을 우선시하고, 95%가 환경보호에 많은 관심을 가지고 있다고 하며 일본의 경우 약 30%가 로하스소비자인 것으로 나타났다고 한다(White N 2005). 이처럼 선진국의 로하스족들은 사회, 경제, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위에서 다음 세대의 건강하고 풍요로운 삶을 보장하는데 높은 관심을 가지고 있고 이러한 수요를 충족시키는 상품에 대해서는 더 비싼 값을 지불하고도 기꺼이 구입할 의사와 용의가 있는 것으로 나타났다(Kotra 2005). 한국의 경우도 최근 많은 웰빙 메뉴 출시와 함께 로하스 추구 기업이 늘어가고 있으며(Park HS 2006), Kwon YJ 등(2006)의 수도권 거주의 일반소비자 대상 연구에서 한국의 로하스 소비자는 26.0%로 나타났다고 보고하였다.

또한 영국을 중심으로 한 유럽 국가들에서는 친환경식품 소비계층인 녹색소비자(green consumer) 집단이 확장추세에 있고, 국내에서도 친환경 농산물의 거래규모가 급속히 증가하고 있으며, 안전 농산물을 선호하는 소비자들의 요구에 따라 정부에서도 친환경농업 육성법(1997년 제정)을 개정하여 친환경 농산물 인증 제도를 2006년 도입 유기, 무농약, 저농약, 전환기 유기 농산물의 규정을 설정하여 품질과 안전성이 확보된 우수농산물로 인증해 건강과 안전한 농산물을 추구하는 로하스 소비자들 사이에 그 관심이 높아지고 있는 실정이다(Lee YS와 Park MJ 2008, Shin YK와 Hwang YJ 2008).

이처럼 전 세계적으로 개인과 가족의 건강뿐만 아니라 환경보전과 지속적인 사회발전을 추구하는 선진국 형 라이프스타일인 로하스 소비로 진화하고 있는 만큼 이런 사회적인 추세와 변화에 대응하여 우리나라 대부분의 초, 중, 고학생들이 참여하고 있는 학교급식에서도 건강과 안전성을 고려한 급식제공으로 학생들에게 만족을 주어야 하며 이를 책임지고 있는 학교급식 종사자는 이들 학생들의 소비트렌드에 발 빠르게 대처해야만 한다.

더욱이 학생과 학부모들 사이에서는 건강메뉴 제공에 대한 관심과 더불어 건강과 환경을 고려한 로하스적 메뉴 조리법과 급식품질제공에 눈길이 모아지고 있어(Kwon YJ 등 2007), 실제 그 생산과 소비가 동시에 이루어지는 서비스 전달 접점에서 일하는 영양사나 조리종사자 등 급식종사자는 우수농산물로 인증된 식재료 구매와 영양관리 철저, 급식의 질 향상과 급식 이용자의 만족도 제고라는 임무를 가지고 품질이 좋고 안전한 식품을 선택, 구매하는 것과 동시에 학생들의 요구와 필요를 파악하여 급식의 질 향상을 도모할 수 있는 방안을 강구해야만 한다(Kim HC 2006).

이미 타 외식시장에서는 이런 시대적 요구에 맞추어 안전한 친환경 농산물제품을 사용한 저칼로리, 저지방제품이 웰빙식으로 선보이고 있고, 호텔레스토랑 내 '건강식코너', '영양식코너'가 개설되는 양상을 보이고 있으며 수많은 웰빙 메뉴 출시와 로하스 제품이 늘어나고 있어 초, 중, 고학생 대부분이 참여하고 있는 학교급식사업에 있어서도 학생의 건강증진과 웰빙 메뉴 구성 및 양질의 급식제공에 많은 관심과 노력이 요구된다고 여겨진다.

특히 이러한 양질의 급식제공 및 웰빙 메뉴 구성 등의 급식품질 개선을 위해서는 급식종사자의 역할이 매우 중요하며, 이들 자신의 로하스(LOHAS)성향이 식재료의 구매 선택이나 급식메뉴품질에도 결정적인 영향을 미치는 매우 중요한 변수라고 여겨지나 아직 이에 대한 실증적인 연구결과는 보고되지 않았다.

지금까지 로하스와 급식을 직접 관련지어 살펴본 연구는 찾아 볼 수 없었으나 급식에서의 친환경농산물 이용과 관련한 연구로 학교급식에 이용되는 친환경 농산물에 대한 학부모 인식이나 만족도 연구(Chang HS와 Lee MJ 2008, Kwak MJ와 Kim KN 2008, Lee YS와 Park MJ 2008)가 진행되어 친환경 농산물 이용에 대한 지지와 더불어 가격부담에 따른 친환경식자재 공동구매에 의한 생산비 절감을 요구하였으며, 영양사를 대상으로 한 친환경 농산물 사용에 대한 인식 조사 연구(Ryu MJ 등 2004)에서는 친환경 농산물의 학교급식 도입을 위해서는 비싼 가격문제 해결을 위해 정부의 급식비 보조와 급식 유형에 맞는 식재료 구입의 대안 필요성에 대해 언급하였다.

그 외 로하스관련 선행연구를 살펴보면, 로하스 현상이 반영된 화장품(Park IK 2008), 섬유(Park OM 2005), 디자인(Park SM과 Yoo YS 2008), 패션액세서리(Eom KH와 Chung IH 2006), 벽지(Chung YS 2005) 등 제품에 로하스를 적용해 그 특성을 살펴본 연구가 대부분이고, 그 외 호텔레스토랑 소비자의 로하스이미지 관련 연구(Seo DG와 Joo HS 2008), 로하스와 웰빙메뉴선택 관련 연구(Kwon YJ 등 2006, 2007), 로하스와 노메딕 소비자층을 위한 외식산업에서의 컬러와 이미지 마케팅에 관한 연구(Chang HJ와 Kim YS 2004) 등이 일부 이루어졌을 뿐이고 우리나라 대부분의 초, 중, 고학생들이 참여하고 있는 학교급식과 로하스를 관련한 연구는 거의 없었다.

또한 학교급식의 품질과 관련한 최근 연구를 살펴보면 고객의 측면에서 본 급식 품질에 대한 인식과 만족도 연구가 대부분을 이루고 있었으며(Kim HC 2006, Kim KA 등 2006, Lee YJ 2006, Kim SJ와 Cho YB 2007, Chang HJ 2008, Kim MY 등 2008, Yang IS와 Park MK 2008) 실제 그 생산과 소비가 동시에 이루어지는 서비스 전달 접점에서 일하는 영양사나 조리종사자등 급식종사자가 급식 품질에 핵심적인 역할을 함에도 불구하고 학교급식에서의 급식제공자 측면에서 본 객관적 급식품질에 대한 실증적인 연구는 드물었고, 일부 영양사의 급식품질 평가 연구(Bae HJ 등 2008, Jeon EK와 Bae HJ 2009) 및 직무 만족도가 급식품질에 미치는 영향 연구(Choo YJ 등 2006)와 외식업체 종사자에 대한 내부마케팅이 서비스품질에 미치는 영향 연구(Caruana A와 Calleya P 1998, Shigh 2000, Lee YJ와 Lee CY 2009)가 이루어졌을 뿐이고 학교급식 종사자의 로하스(LOHAS) 성향과 급식품질을 관련지어 연구한 논문은 찾아볼 수 없었다.

더욱이 기존의 선행연구들로는 급식산업에 있어 급식종사자의 구체적인 로하스(LOHAS) 역할 수행이나 인식을 파악하는 데 미흡하다고 여겨지며 급식종사자인 영양사나 조리종사자의 로하스(LOHAS)성향과 식재료 구매태도 및 급식품질과의 관계를 구체적으로 분석함으로서 지속적으로 건강을 유지할 수 있는 우수한 식재료 구매관리 환경정착의 요인을 규명하고 체계적인 학교급식 품질개선의 요인들을 파악하는 것이 매우 절실히 요구된다고 여겨진다.

그러므로 본 연구는 지속적으로 건강을 유지할 수 있는 우수한 학교급식 품질 환경개선이 무엇보다 요구되는 시점에 학교급식 종사자의 로하스(LOHAS) 성향이 식재료 구매태도와 급식품질개선에 어떠한 유의적인 영향을 미치는지를 알아보고 향후 건강과 환경을 고려한 로하스(LOHAS) 급식을 도입하고자 하는 급식종사자 및 급식업체에게 효과적인 역할 수립 방안을 제시와 더불어 폭넓은 실무적, 학문적 시사점을 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 전국의 국·공·사립 초, 중, 고등학교의 직영 및 위탁급식을 담당하는 급식종사자(즉 영양사, 조리사, 조리원, 운영팀, 개발팀, 경영지원팀, 업장관리자)를 대상으로 하였고, 학교급식관련 경력 5년 이상의 급식종사자 30명을 대상으로 사전에 설문지조사 및 심층면접법으로 예비조사를 실시하여 도출된 요인과 결과를 바탕으로 본 조사는 2008년 10월 1일에서 10월 30일에 걸쳐 실시하였으며, 총 600부를 배포하여 회수된 설문지는 582부로 회수율은 97.0%였으며, 이중 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외하고 분석에 사용된 설문지는 566부(94.3%)였다.

2. 조사내용 및 방법

본 연구의 조사내용은 관련 논문 및 문헌, 간행물 등을 참고(White N 2005, Kwon YJ 등 2007, Chang HJ 2008, Kim MY 등 2008, Park IK 2008, Seo DG와 Joo HS 2008)하여 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌하여 크게 5개의 부분으로 구성하였고 조사대상자의 일반적 사항 4문항, 급식환경 개선을 위한 로하스 관련 태도 4문항, 급식종사자의 로하스 성향 20문항, 식재료 구매행동 2문항, 급식품질관리 태도 31문항 등으로 구성하였다. 이때, 급식종사자의 급식환경 개선을 위한 로하스 관련 태도를 파악하기위하여 급식업체 내 로하스적인 식생활 환경 도입의 필요성, 향후 급식업체 내에서의 친환경 식재료 구입에 대한 증가 전망, 로하스적인 식생활 환경에 대한 관심도 및 로하스적인 식생활 환경에 대한 인지도 등 4 항목에 대해 5점 리커트 척도를 사용하였고, 급식종사자의 로하스 성향을 파악하기 위하여 White N (2005), Kwon YJ 등(2006), Kwon YJ 등(2007), Park IK (2008), Seo DG와 Joo HS(2008) 등의 연구를 참고하여 "가격이 비싸더라도 환경 친화적, 생태학적, 에너지 효율적인 제품을 선택한다", "저지방, 저칼로리 음식, 비 탄산음료를 즐긴다." 등의 20문항에 대한 Likert 5점 척도를 사용하였다. 이때, 각 로하스 성향지수는 미국 자연마케팅 연구소(Natural Marketing Institute)의 로하스저널(LOHAS Journal)에서 2000년 이후부터 2006년까지 실시하였던 리커트 3점 척도의 측정 문항을 근거로 하여 본 연구에서는 5점 척도의 20문항을 채택하여 100점 만점에 80~100점일 때 로하스(LOHAS)집단(; 가족의 건강, 지구의 환경, 자기계발 및 사회의 미래에 대한 걱정이 구매결정에 중요한 영향을 미치는 소비자), 60~79점일 때 노메딕(NOMADICS)집단(; 상당한 관심, 구매단계에서는 지속가능성과 개인의 연관성에 따라 의지, 이상, 환경적 기조 등이 일관되지 않는 소비자), 40~59점일 때 이기주의(CENTRISTS)집단(; 건강과 지속가능성이 가장 마지막 구매결정요인이 되는 소비자), 20~39점일 때 무관심(INDIFFERENTS)집단(; 그날그날의 이벤트에 따르며, 미래에 대해 별로 고려하지 않고 무관심한 소비자)으로 조작하여 로하스성향 지수를 측정하였다. 또한 급식종사자의 식재료 구매행동을 파악하기 위하여 Minou Y와 Sohn SM (2006), Cha DU(2007), Kim SS(2007) 등의 연구를 참조하여 급식 식재료 구매 시 친환경농산물을 구입하기 위한 노력정도(즉 유기농산물, 무농약농산물 및 저농약 농산물) 및 친환경농산물 표시 확인정도 등의 2문항에 대한 Likert 5점 척도를 사용하였고, 급식종사자의 급식품

질관리 태도를 파악하기 위하여 Han KS 등(2002), Kim KA 등(2006), Kim SJ와 Cho YB(2007), Chang HJ(2008), Kim MY 등(2008), Yang IS와 Park MK(2008), Lee YJ와 Lee CY(2009) 등의 연구를 참조하여 식재료 구매 및 검수관리, 식단관리, 위생관리, 인사관리, 음식물쓰레기 및 안전관리 등 5개 단계로 나누어 당일구매 당일 소비 원칙, 음식물 쓰레기 및 잔반 처리 관리 철저 등 총 31개 문항의 급식품질관리 태도에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

3. 자료의 분석

수집된 자료의 통계처리는 SPSS/PC+14.0 package program을 이용하여 빈도, 백분율, 평균을 구하고 One-way ANOVA를 통해 유의성을 살펴보았으며 집단 간의 차이 검증은 Duncan's multiple range test를 실시하였고, 학교급식 종사자의 로하스 수준이 식재료 구매태도 및 급식품질관리에 미치는 영향관계를 알아보기 위해서는 회귀분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 분석한 결과는 Table 1에서 보는 바와 같이, 성별로는 남자가 58.3%, 여자가 41.7%이었으며, 연령층으로는 40대가 가장 많은 36.7%이었고 그 다음은 30대 22.6%, 20대 20.1%순이었다. 학력별로는 대졸(전문대졸포함)이 62.0%로 가장 높은 빈도를 보였으며, 급식업체 근무연한은 3-5년이 41.2%로 가장 많았고, 그 다음으로 6년 이상이 35.5%나 되었다.

Table 1. General characteristics of the subjects

Variable	Group	N(%)
Gender	Male	330(58.3)
	Female	236(41.7)
Age(yr)	20-29	114(20.1)
	30-39	128(22.6)
	40-49	208(36.7)
	≥50	116(20.5)
Education	≤High school	201(35.5)
	University(College)	351(62.0)
	≥Graduate school	14(2.5)
Working experience (years)	<3	132(23.3)
	3-5	233(41.2)
	≥6	201(35.5)
Total		566(100.0)

2. 조사대상자의 로하스(LOHAS) 성향 지수 및 분포

1) 조사대상자의 로하스(LOHAS) 성향 지수

본 연구에서는 조사대상자의 로하스지수를 미국 자연마케팅 연구소(Natural Marketing Institute)에서 실시하였던 측정 문항을 근거로 본 연구의 목적에 맞게 5점 척도의 20문항을 채택하여 100점 만점에 80~100점일 때 로하스(LOHAS)집단, 60~79점일 때 노메딕(NOMADICS)집단, 40~59점일 때 이기주의(CENTRISTS)집단, 20~39점일 때 무관심(INDIFFERENTS)집단으로 조작하여 로하스 지수를 측정하였다.

조사대상자의 로하스(LOHAS) 지수는 Table 2에서 보는 바와 같이 100점 만점에 평균 72.18점으로 로하스에 상당한 관심이 있으나 실제 로하스 제품을 구매하는 단계에서는 지속가능성과 개인의 연관성에 따라 의지, 이상, 환경적 기조 등이 일관되지 않은 다소 소극적인 노메딕(NOMADICS)집단에 해당되었다. 연령에 따라서는 연령이 높을수록 높은 로하스(LOHAS) 지수를 나타내어 50대 이상(77.12점)과 40대(74.58점)가 30대(68.71점)와 20대(66.65점)에 비해 높은 로하스 생활 태도를 나타내었다($p<0.001$). 각 항목별로는 '나는 쓰레기 분리수거에 적극적으로 참여한다'에 3.99점으로 가장 높은 로하스 생활 태도 성향을 보였고, 그 다음은 "나는 식품을 살 때, 가격과 부피를 비교한 후 합리적인 크기를 선택한다"(3.90점), "나는 음식물 쓰레기를 염두에 두고 조금씩 덜어 먹는다"(3.89점), "나는 가공식품보다 자연식품, 천연조미료를 선호한다"(3.77점), "나는 신선한 야채와 과일을 자주 먹는다"(3.77점) 등의 순으로 높은 로하스 생활 태도 성향을 보였다. 반면에 "나는 지속가능성을 고려해 만든 건강제품에 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있다"에 3.20점의 상대적으로 낮은 로하스 생활 태도 성향을 보였고 그 다음은 "나는 주변에 친환경 제품의 기대 효과를 적극 홍보한다"(3.34점), "나는 가격이 비싸더라도 환경 친화적이고 에너지 효율적인 제품을 선택한다"(3.37점), "나는 지구환경에 미칠 영향을 고려해 구매를 결정한다"(3.40점), "나는 로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품을 선호한다"(3.47점) 등의 항목에서 상대적으로 낮은 로하스 생활 태도 성향을 보였다. 연령에 따라서는 대부분의 항목에서 50대 이상의 상대적인 고 연령층이 20대, 30대의 저 연령층 보다 높은 로하스 생활 태도 성향을 나타내었다($p<0.01$~$p<0.001$).

2) 조사대상자의 로하스(LOHAS) 지수 분포

조사대상자의 연령별, 근무연한별 로하스지수 분포를 살펴본 결과는 Table 3에서 보는 바와 같다. 전체적으로 급식종사자들은 노메딕집단에 49.3%로 가장 많이 분포하였고, 그 다음으로 로하스집단에 28.8% 분포되었으며, 이

Table 2. LOHAS life consumption attitude score by age

Variable	Total	Age(yr)				
		20-29	30-39	40-49	≥50	F
I select environmental-friendly & energy efficient product even if is expensive.	3.37±1.09[1)]	2.97±1.20[b]	3.10±1.08[b]	3.55±0.91[a]	3.71±1.80[a]	14.143***
I am active in environmental protection and select product that food additive, anti-oxidant, antibiotics, antiseptic etc. do not come.	3.63±1.05	3.21±1.23[c]	3.43±0.98[c]	3.74±1.01[b]	4.06±0.78[a]	15.952***
I buy goods that do not discharge toxicant and instigate global warming	3.51±1.39	3.11±1.04[c]	3.37±1.03[b]	3.69±0.93[a]	3.75±1.09[a]	11.248***
I am willing to pay 20% additional expense to health ware that make considering continuance possibility	3.20±1.11	3.03±1.21[b]	2.97±1.06[b]	3.17±1.12[b]	3.66±0.91[a]	9.711***
I publicize actively about expectation effect of environmental-friendly product.	3.34±1.09	3.04±1.08[b]	3.06±1.06[b]	3.47±1.11[a]	3.70±0.93[a]	11.385***
I decide purchase by considering effect to reach in earth environment.	3.40±1.00	3.21±1.01[b]	3.16±0.93[b]	3.50±1.00[a]	3.66±0.98[a]	7.369***
I buy products that continuance and refill can possible.	3.70±1.01	3.44±0.94[b]	3.63±0.95[ab]	3.86±1.02[a]	3.77±1.07[a]	4.817**
I prefer product that use material that can continue.	3.63±0.90	3.37±0.90[b]	3.48±0.87[b]	3.80±0.87[a]	3.73±0.94[a]	7.452***
I live conscious life which think whole society.	3.61±0.87	3.51±1.00[b]	3.36±0.76[b]	3.73±0.86[a]	3.78±0.82[a]	7.014***
I prefer goods that produced by continuance possibility technique.	3.67±0.85	3.42±0.94[b]	3.48±0.82[b]	3.817±0.80[a]	3.90±0.77[a]	10.681***
I prefer goods that produced by agricultural techniques that continuance is possible.	3.70±0.88	3.35±0.89[b]	3.46±0.86[b]	3.92±0.79[a]	3.89±0.88[a]	16.774***
I prefer company's product which share LOHAS consumer's value.	3.47±0.94	3.16±1.03[b]	3.27±0.94[b]	3.60±0.87[a]	3.79±0.80[a]	12.886***
I subtract and eat food considering food garbage	3.89±0.98	3.58±1.03[c]	3.81±1.03[b]	4.10±0.79[ab]	3.91±1.09[a]	7.426***
When I buy food, I select reasonable size after compare volume and price.	3.90±0.83	3.67±1.12[b]	3.86±0.81[ab]	4.01±0.70[a]	3.97±0.70[a]	4.608**
I participate actively in separate garbage collection.	3.99±0.85	3.68±1.15[b]	3.84±0.80[b]	4.16±0.71[a]	4.12±0.67[a]	10.489***
I enjoy and eat natural food that is cultivated by organic agriculture.	3.48±1.02	3.21±1.23[b]	3.28±0.95[b]	3.67±0.90[a]	3.62±0.98[a]	15.406***
I often eat fresh vegetable and fruit.	3.77±0.81	3.61±1.01[b]	3.77±0.73[b]	3.74±0.69[b]	3.97±0.85[a]	3.782**
I prefer natural food & seasoning than processed food.	3.77±0.87	3.42±0.98[c]	3.64±0.76[b]	3.73±0.87[b]	4.31±0.57[a]	25.080***
I enjoy our farm product and refuse income product or ready to cook product	3.68±0.90	3.30±1.08[c]	3.42±0.83[c]	3.84±0.82[b]	4.07±0.67[a]	21.962***
I enjoy low fatty food, low calorie food, and non-carbonated drink.	3.49±0.97	3.39±1.01[b]	3.34±1.02[b]	3.49±0.93[b]	3.76±0.90[a]	4.436**
Total	72.18±14.32	66.65±17.89[b]	68.71±14.09[b]	74.58±12.23a	77.12±11.23a	15.882***

[1)] Means ± S.D.; 5-point Likert Scale(1 = disagree strongly, 5 = agree strongly)
**p<0.01, ***p<0.001
[abc] Means in the row with different superscripts are significantly different at p<0.05 level by Duncan's multiple range test

기주의집단에 19.8%, 무관심집단에 2.1%에 분포되었다. 이는 Kwon YJ 등(2006)의 일반소비자 대상의 연구에서 26.0%가 로하스집단, 45.7%가 노메딕집단, 21.5%가 이기주의집단, 6.9%가 무관심집단에 속했다는 보고와 비교해 볼 때, 급식종사자들의 경우 일반 소비자에 비해 로하스집단(2.8%)과 노메딕집단(3.6%)이 더 많음을 알 수 있다.

연령에 따라서는 50대 이상의 37.1%, 40대의 31.7%, 20대의 26.3%, 30대의 18.8%가 로하스집단에 속하는 것으로 나타나 50대 이상이 가장 많은 사회, 경제, 환경적 토대를 위태롭게 하지 않는 범위에서 소비를 하고 다음 세대가 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 배려하

Table 3. The LOHAS distribution score by general characteristics

Variables		INDIFFERENTS (20-39)	CENTRISTS (40-59)	NOMADICS (60-79)	LOHAS (80-100)	Total	χ^2-value
Age (years)	20-29	8(7.0)	40(35.1)	36(31.6)	30(26.3)	114(100.0)[1)]	χ^2 = 63.89*** df = 9
	30-39	4(3.1)	31(24.2)	69(53.9)	24(18.8)	128(100.0)	
	40-49	0(0.0)	33(15.9)	109(52.4)	66(31.7)	208(100.0)	
	≥50	0(0.0)	8(6.9)	65(56.0)	43(37.1)	116(100.0)	
	Total	12(2.1)	112(19.8)	279(49.3)	163(28.8)	566(100.0)	
Working experience (years)	<3	10(7.6)	30(22.7)	58(43.9)	34(25.8)	132(100.0)	χ^2 = 50.47*** df = 6
	3-5	2(0.9)	58(24.9)	94(40.3)	79(33.9)	233(100.0)	
	≥6	0(0.0)	24(11.9)	127(63.2)	50(24.9)	201(100.0)	
	Total	12(2.1)	112(19.8)	279(49.3)	163(28.8)	566(100.0)	

[1)] N(%), ***P<0.001

Table 4. The necessity, view, interest and recognition of LOHAS introduction for foodservice environment improvement by LOHAS index of the subjects

Variables	Total	INDIFFERENTS (20-39)	CENTRISTS (40-59)	NOMADICS (60-79)	LOHAS (80-100)	F-value
Necessity of LOHAS dietary life environment in the foodservice company	3.42±0.78[1)]	1.83±0.39[d1)]	3.22±.0.93[c]	3.70±0.64[b]	4.10±0.64[a]	62.821***
View to increase purchase of environ-mental-friendly food materials in the food service company	3.30±0.85	1.83±0.39[c]	2.88±0.74[b]	3.49±0.58[a]	3.79±0.78[a]	63.108***
Interest for LOHAS dietary life environment	3.68±0.81	2.67±1.44[c]	2.80±0.70[c]	3.24±0.69[b]	3.77±0.90[a]	38.622***
Recognition for LOHAS dietary life environment	2.99±0.80	1.83±0.39[d]	2.55±.0.85[c]	2.98±0.59[b]	3.39±0.87[a]	39.126***

[1)] Means ± S.D.; 5-point Likert Scale(1 = disagree strongly, 5 = agree strongly)
***p<0.001
[abc] Means in the row with different superscripts are significantly different at p<0.05 level by Duncan's multiple range test

는 현명한 로하스 소비자 라이프스타일을 가지고 있는 것으로 나타났다(p<0.001). 급식업체 근무연한에 따라서는 3-5년의 33.9%, 3년 미만의 25.8%, 6년 이상의 24.9%가 로하스집단에 속하는 것으로 나타나 급식업체에 3~5년 근무한 경우가 가장 높은 로하스 생활 태도 성향을 나타내는 것으로 나타났다(p<0.001).

3. 급식환경개선을 위한 로하스의 필요성과 관심도

조사대상자들의 로하스 성향 수준별 급식환경개선을 위한 로하스의 필요성과 관심도를 5점 척도로 조사한 결과는 Table 4에서 보는 바와 같다. 먼저 '급식업체 내 로하스적인 식생활 환경 도입의 필요도'와 '향후 급식업체 내에서의 친환경 식재료 구입에 대한 증가 전망'에 대

Table 5. The purchase behavior on food materials by LOHAS index of the subjects

Variables	Total	INDIFFERENTS (20-39)	CENTRISTS (40-59)	NOMADICS (60-79)	LOHAS (80-100)	F
Trying degree for purchase of environmental-friendly food materials	3.44±1.00[1)]	1.00±0.00[d1)]	2.50±0.92[c]	3.55±0.72[b]	4.06±0.76[a]	132.068***
Indication confirmation degree of environmental-friendly food materials	3.36±1.07	1.00±0.00[d]	2.46±0.92[c]	3.46±0.86[b]	3.96±0.88[a]	95.331***

[1)] Means ± S.D.; 5-point Likert Scale(1 = disagree strongly, 5 = agree strongly)
***p<0.001
[abc] Means in the row with different superscripts are significantly different at p<0.05 level by Duncan's multiple range test

Table 6. The foodservice quality management delivery level by LOHAS index of the subjects

	Variables	Total	INDIFFERENTS (20-39)	CENTRISTS (40-59)	NOMADICS (60-79)	LOHAS (80-100)	F-value
Food material & Inspection management	The day purchase and day consumption principle observance	3.67±0.84[1)]	1.83±0.39[c]	3.30±0.80[b]	3.59±0.75[b]	4.17±0.68[a]	60.547**
	Freezing, refrigerator periodical inspection enforcement	3.70±0.83	1.83±0.39[d]	3.32±0.85[c]	3.64±0.69[b]	4.20±0.68[a]	64.417***
	Arrangement plan sticking of ordinary temperature storage food	3.54±2.01	2.00±0.63[c]	3.14±0.83[b]	3.42±0.90[b]	4.14±3.39[a]	9.284***
	Environmental-friendly farm produce purchase encouragement	3.47±0.94	1.67±0.78[d]	2.71±0.87[c]	3.48±0.71[b]	4.10±0.80[a]	93.731***
	Decided Inspection proceedings and regulation observance	3.67±0.78	1.67±0.49[d]	3.20±0.73[c]	3.69±0.58[b]	4.11±0.70[a]	82.237***
	Total	3.61±0.79	1.80±0.33[c]	3.11±0.69[b]	3.55±0.55[b]	4.13±0.88[a]	34.360***
Menu management	Continuous health new menu development and operation	3.55±0.84	2.00±0.60[c]	3.26±0.73[b]	3.51±0.73[b]	3.95±0.87[a]	35.881***
	Enough practical use of standard recipe and menu	3.55±0.84	1.50±0.80[d]	3.09±0.67[c]	3.53±0.70[b]	4.05±0.73[a]	75.453***
	Various menu selection possibility offer	3.55±0.89	1.50±0.52[d]	3.05±0.80[c]	3.55±0.78[b]	4.05±0.71[a]	67.450***
	Fresh food material use	3.94±0.79	1.83±0.39d	3.50±0.83[c]	3.96±0.60[b]	4.35±0.65[a]	76.214***
	Menu offer that nutritive value is considered well	3.60±0.86	1.50±0.80[d]	2.94±0.71[c]	3.67±0.64[b]	4.12±0.77[a]	100.451***
	Menu offer that is good for health	3.68±0.85	1.50±0.80[d]	3.00±0.68[c]	3.75±0.58[b]	4.21±0.78[a]	115.380***
	Menu offer that use organic food material	3.42±0.97	1.67±0.78[d]	2.57±0.84[c]	3.54±0.71[b]	3.93±0.94[a]	82.898***
	Mainly natural seasoning use	3.42±1.00	1.67±0.78[d]	2.63±0.79[c]	3.45±0.80[b]	4.06±0.91[a]	81.639***
	Vegetable and non-carbonated drink extension in menu	3.41±0.88	1.83±0.72[d]	2.87±0.61[c]	3.38±0.78[b]	3.96±0.83[a]	63.458***
	1 person quantity offer	3.63±0.86	1.83±0.72[d]	3.27±0.72[c]	3.64±0.76[b]	4.01±0.84[a]	41.935***
	Hot food fervently, cold food is provide coldly	3.87±0.84	1.50±0.52[c]	3.34±0.83[b]	3.96±0.62[a]	4.26±0.73[a]	85.723***
	Low calorie, low fatty product use	3.34±0.89	1.67±0.49[d]	2.79±0.73[c]	3.30±0.78[b]	3.94±0.77[a]	71.066***
	Total	3.57±0.67	1.67±0.54[d]	2.99±0.49[c]	3.59±0.43[b]	4.06±0.61[a]	65.727***
Sanitation management	Hygienic tableware provide	3.93±0.80	1.83±0.39[d]	3.50±0.81[c]	3.96±0.60[b]	4.33±0.74[a]	70.678***
	Employee's dress and appearance cleanliness preservation	3.89±0.79	1.83±0.72[c]	3.59±0.70[b]	3.86±0.68[b]	4.31±0.67[a]	64.323***
	Periodic disinfection of the kitchen	3.87±0.79	2.33±0.78[d]	3.46±0.80[c]	3.87±0.64[b]	4.28±0.73[a]	49.872***
	Periodic hygiene education enforcement	3.74±0.83	2.17±0.94[d]	3.28±0.70[c]	3.72±0.74[b]	4.21±0.72[a]	55.680***
	Refreshing kitchen environment.	3.89±0.77	2.33±0.78[d]	3.45±0.76[c]	3.89±0.63[b]	4.33±0.65[a]	61.545***
	Total	3.87±0.69	2.10±0.69[d]	3.35±0.69[c]	3.87±0.52[b]	4.26±0.63[a]	37.593***
Human resource management	Employee's kind	3.83±0.73	2.33±0.78[d]	3.50±0.66[c]	3.84±0.61[b]	4.17±0.74[a]	43.914***
	Guest meeting in neat appearance	3.90±0.68	2.50±0.52[d]	3.59±0.59[c]	3.87±0.54[b]	4.27±0.73[a]	51.120***
	Correct offer of food.	3.85±0.73	2.33±0.78[c]	3.59±0.62[b]	3.81±0.61[b]	4.23±0.73[a]	45.903***
	Immediate processing about meal complaint	3.87±0.81	2.17±0.72[c]	3.58±0.73[b]	3.81±0.68[b]	4.32±0.77[a]	49.967***
	Safety education enforcement	3.73±0.81	2.33±0.49[c]	3.53±0.73[b]	3.73±0.77[ab]	3.97±0.81[a]	20.841***
	Total	3.84±0.63	2.33±0.60[c]	3.53±0.60[b]	3.82±0.48[ab]	4.17±0.68[a]	25.160***
Food waste & Safety Management	Garbage administration education enforcement	3.71±0.77	2.33±0.98[c]	3.37±0.67[b]	3.74±0.68[a]	4.00±0.78[a]	32.791***
	Food trash and garbage processing thoroughness	3.87±0.81	2.17±1.11[c]	3.56±0.76[b]	3.85±0.68[b]	4.23±0.76[a]	41.570***
	Well practical use of waste vessel	3.67±0.87	2.17±1.11[c]	3.34±0.72[b]	3.60±0.77[b]	4.13±0.85[a]	39.762***
	Furnishing over fire extinguisher	3.83±0.87	2.17±1.11[c]	3.52±0.71[b]	3.82±0.80[b]	4.20±0.83[a]	34.105***
	Total	3.77±0.68	2.21±1.12[c]	3.44±0.63[b]	3.75±0.56[ab]	4.11±0.69[a]	22.374***
Overall		3.72±0.61	2.02±0.56[d]	3.28±0.49[c]	3.73±0.41[b]	4.14±0.57[a]	49.739***

1) Means± S.D.; 5-point Likert Scale(1=disagree strongly, 5=agree strongly)

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

abcMeans in the row with different superscripts are significantly different at p<0.05 level by Duncan's multiple range test

해 각각 평균 3.42점, 3.30점으로 보통정도의 수준을 나타내었고, 로하스 성향이 높을수록 '급식업체 내 로하스적인 식생활 환경 도입의 필요성'(p<0.001)과 '향후 급식업체 내에서의 친환경 식재료 구입의 증가 전망(p<0.001)'이 높게 나타났다. 또한 '로하스적인 식생활 환경에 대한 관심도'(p<0.001)와 '로하스적인 식생활 환경에 대한 인지도'(p<0.001) 역시 로하스 성향이 높을수록 높게 나타났고 관심도(3.68점)가 인지도(2.99점)에 비해 다소 높은 것으로 나타나 로하스적인 식생활 환경 도입에 대한 관심도는 높지만 로하스적인 식생활 환경이 무엇인지 구체적으로 잘 알고 있지는 않는 것으로 나타났다.

4. 학교급식 종사자의 식재료 구매태도

조사대상자들의 로하스 성향 수준별 식재료 구매태도를 5점 척도로 조사한 결과는 Table 5에서 보는 바와 같으며, '급식업체에서 사용할 식재료로 친환경농산물 구입을 위해 노력하는 정도'가 평균 3.44점, '식재료 구매시 친환경 농산물 표시 확인 정도'(p<0.001)가 3.36점으로 나타났고, 로하스 성향이 높을수록 '친환경농산물 구입을 위해 노력하는 정도'(p<0.001), '친환경 농산물 표시 확인 정도'(p<0.001)가 높은 것으로 나타났다.

5. 학교급식 종사자의 로하스수준별 급식품질관리 제공수준

조사대상 급식종사자의 로하스 성향 수준별 급식품질관리 제공수준을 살펴본 결과는 Table 6에서 보는 바와 같으며 급식관리 단계별로 볼 때, 위생관리가 3.87점으로 가장 잘 관리되는 것으로 나타났고 그 다음은 인사관리 3.84점, 음식물쓰레기 및 안전관리 3.77점, 식재료 및 검수관리 3.61점 순이었으며, 식단관리가 3.57점으로 가장 잘 관리되지 않는 것으로 나타났다. 각 항목별로는 "신선한 식재료를 사용한다"가 3.94점으로 가장 높은 급식품질관리 태도를 나타내었고, 그 다음은 "위생적인 식기를 제공한다"(3.93점), "배식원은 항상 산뜻한 외모로 손님을 맞이하는 편이다."(3.90점), "쾌적한 주방환경을 조성한다"(3.89점), "배식원의 복장과 외모의 청결을 유지한다"(3.89점), "조리실은 정기적으로 소독한다"(3.87점) 등의 순으로 높은 급식품질관리 태도를 보였다. 반면에 "저칼로리, 저지방 제품을 사용한다"에 3.34점의 상대적으로 가장 낮은 급식품질관리 태도를 보였고 그 다음은 "메뉴에 야채와 비 탄산음료(생수 등)비중을 확대한다"(3.41점), "유기농 식자재 및 우리농산물을 사용한 식단을 제공한다"(3.42점), "주로 천연조미료를 사용한다"(3.42점), "친환경농산물 구매를 권장한다"(3.47점) 등의 항목에서 상대적으로 낮은 급식품질관리 태도를 보였다. 로하스 성향 수준에 따라서는 식재료 구매 및 검수관리, 식단관리, 위생관리, 인사관리, 음식물쓰레기 및 안전관리 등 5개 부분 모두에서 로하스 성향이 높은 로하스집단이 가장 질 높은 수준의 급식품질을 제공하는 것으로 나타났고 그 다음이 노메딕집단, 이기주의집단, 무관심집단의 순으로 나타나 급식종사자의 로하스 성향이 높을수록 높은 품질의 급식을 제공한다는 것을 알 수 있었다.

6. 학교급식 종사자의 로하스수준이 식재료 구매태도와 급식품질관리 제공수준에 미치는 영향

먼저 급식종사자의 로하스지수 성향별로 구분하여 로하스수준과 식재료 구매 시 친환경농산물 구매행동과의 영향관계를 분석한 결과는 Table 7에서 보는 바와 같이, 무관심 집단과 이기주의 집단에서는 로하스수준과 친환경농산물 구매행동에 연관성이 없는 것으로 나타났으나 노메딕 집단(β = .463)과 로하스집단(β = .215)의 경우 로하스수준이 높을수록 친환경농산물 구매에 매우 긍정적

Table 7. Regression analysis of influence on the purchase behavior on food materials and foodservice quality management delivery level by LOHAS index

Dependent Variable		INDIFFERENTS (20-39)		CENTRISTS (40-59)		NOMADICS (60-79)		LOHAS (80-100)	
		Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
Purchase behavior	Purchase of environmental-friendly food materials	-.345	.272	.172	.074	.463	.000	.215	.006
	Indication confirmation degree of environmental-friendly food materials	.032	.922	.103	.286	.303	.000	.244	.002
Foodservice management	Food material & Inspection management	.577	.049	.207	.031	.313	.000	.158	.047
	Menu management	.410	.186	.480	.000	.393	.000	.456	.000
	Sanitation management	.727	.007	.210	.026	.300	.000	.405	.000
	Human resource management	.856	.000	.140	.140	.377	.000	.445	.000
	Food waste & Safety Management	.939	.000	-.041	.668	.330	.000	.366	.000
	Overall management	.886	.000	.233	.015	.408	.000	.439	.000

으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 식재료 구매 시 친환경농산물 표시 확인정도에도 노메딕 집단(β = .303)과 로하스집단(β = .244)에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 로하스수준이 높을수록 친환경농산물 표시 확인을 잘하고 있는 것으로 나타났다.

다음으로 급식종사자의 로하스지수 성향별 로하스수준과 급식품질관리 태도와의 영향관계를 분석한 결과(Table 7), 무관심 집단의 경우 식단관리(p>0.05)에는 로하스수준과 직접적인 연관성이 없는 것으로 나타났으나 검수관리(β = .577), 위생관리(β = .727), 인사관리(β = .856), 안전관리(β = .939), 전반적인 급식관리(β = .886) 등에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이기주의 집단의 경우, 인사관리(p>0.05)와 안전관리(p>0.05)에서 로하스수준과 직접적인 연관성이 없는 것으로 나타났고, 노메딕 집단의 경우 검수관리(β = .313), 식단관리(β = .393), 위생관리(β = .300), 인사관리(β = .377), 안전관리(β = .330), 전반적인 급식관리(β = .408) 등 모든 항목에서 로하스수준이 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 로하스 집단의 경우에도 급식관리 단계별 모든 항목에서 로하스수준이 급식관리 품질에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 그 중에서도 β계수 값이 0.456으로 가장 크게 나타난 식단관리 품질에 가장 영향력이 크게 미치는 것으로 나타났고, 그 다음으로 인사관리(β = .445), 위생관리(β = .405), 안전관리(β = .366) 등에 로하스수준이 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타나 급식종사자의 로하스수준을 높이는 것이 양질의 급식품질 제공에 매우 중요하다는 사실을 알 수 있다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 지속적으로 건강과 안전을 유지할 수 있는 우수한 학교급식 품질 환경개선이 무엇보다 요구되는 시점에 학교급식 종사자의 로하스(LOHAS) 성향이 식재료 구매태도와 급식품질개선에 어떠한 유의적인 영향을 미치는지를 알아보고 향후 건강과 환경을 고려한 로하스(LOHAS) 급식을 도입하고자 하는 급식종사자 및 급식업체에게 효과적인 역할 수립 방안을 제시와 더불어 폭넓은 실무적, 학문적 시사점을 제공하고자 한 것으로 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상인 급식종사자의 로하스(LOHAS) 지수를 살펴본 결과, 100점 만점에 평균 72.18점으로 로하스(LOHAS)에 상당한 관심을 가지고 있으나 지속가능성과 개인의 연관성에 따라 의지, 이상, 환경적 기조 등이 일관되지 않는 소비자인 노메딕(NOMADICS)집단에 해당되었으며 연령이 높을수록 높은 로하스(LOHAS) 성향지수를 나타내었다(p<0.05~p<0.001). 각 항목별로는 '나는 쓰레기분리수거에 적극적으로 참여한다'에 3.99점으로 가장 높은 LOHAS 생활 태도를 보였고, 반면에 "나는 지속가능성을 고려해 만든 건강 제품에 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있다"에 3.20점의 가장 낮은 LOHAS 생활 태도를 보였다.

둘째, 급식환경개선을 위한 로하스의 필요성, 관심도, 전망 및 인식도에 대해 5점 Likert 척도로 조사한 결과, 각각 평균 3.42점, 3.30점, 3.68점과 2.99점으로 보통정도의 수준을 나타내었고, 연령이 높을수록 높은 '급식업체 내 로하스적인 식생활 환경 도입의 필요성'(p<0.001)과 '로하스적인 식생활 환경에 대한 관심도'(p<0.001), '향후 급식업체 내에서의 친환경 식재료 구입에 대한 증가 전망(p<0.001)' 및 '로하스적인 식생활 환경에 대한 인지도'(p<0.001)를 나타내었다.

셋째, 조사대상 급식종사자의 식재료 구매태도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과, 급식업체에서 사용할 식재료로 친환경농산물 구입을 위해 노력하는 정도와 급식업체에서 사용할 식재료 구매 시 친환경농산물의 표시 확인정도에서 각각 3.44점, 3.63점으로 보통정도의 수준을 나타내었고, 로하스 성향 수준별로는 로하스 성향이 높을수록 높은 친환경농산물 구매태도 점수를 나타내었다(p<0.001).

넷째, 급식품질관리 태도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과, 급식관리 단계별로 볼 때 위생관리 단계가 3.87점으로 가장 잘 관리되는 것으로 나타났고 그 다음은 인사관리 단계 3.84점, 음식물쓰레기 및 안전관리 단계 3.77점, 식재료 구매 및 검수관리 단계 3.61점 순이었으며, 식단관리 단계가 3.57점으로 가장 잘 관리되지 않는 것으로 나타났고, 각 항목별로는 "신선한 식재료를 사용한다"가 3.94점으로 가장 높은 급식품질관리 태도를 보였고, 반면에 "저칼로리, 저지방 제품을 사용한다"에 3.34점의 상대적으로 가장 낮은 급식품질관리 태도를 보였다. 로하스 성향 수준에 따라서는 로하스 집단이 가장 높은 급식품질관리 태도를 나타내었다(p<0.05~p<0.001).

다섯째, 급식종사자의 로하스수준과 식재료 구매 시 친환경농산물 구매행동과의 영향관계를 분석한 결과, 무관심 집단과 이기주의 집단에서는 로하스수준과 친환경농산물 구매행동에 연관성이 없는 것으로 나타났으나 노메딕 집단(β = .463)과 로하스집단(β = .215)의 경우 로하스수준이 높을수록 친환경농산물 구매와 식재료 구매 시 친환경농산물 표시 확인정도에 매우 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 급식종사자의 로하스수준과 급식품질관리 태도와의 영향관계를 분석한 결과, 무관심 집단의 경우 식단관리(p>0.05)에서 로하스수준과 직접적인 연관성이 없는 것으로 나타났으나 노메딕 집단과 로하스 집단의 경우, 검수관리(β = .313), 식단관리(β = .393), 위생관리(β = .300), 인사관리(β = .377), 안전관리(β = .330), 전반적인 급식관리(β = .408) 등 모든 항목에서 로하스수

준이 높을수록 급식품질관리 태도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나 급식종사자의 로하스수준을 높이는 것이 양질의 급식품질 제공에 매우 중요하다는 사실을 알 수 있다.

이상의 연구결과를 종합해보면 학교급식 종사자의 로하스 성향이 급식업체 내 친환경 식재료 구매 태도와 급식품질관리 태도에 매우 큰 영향을 끼치는 것으로 나타나 향후 건강과 환경을 고려한 로하스(LOHAS) 급식을 도입하기 위해서는 무엇보다 급식종사자의 로하스적 식생활 소비가치 정착을 위한 다양한 교육과 홍보 및 적극적인 관심이 요구된다고 사료된다.

특히 급식종사자를 대상으로 하는 로하스 식생활교육의 강화 및 로하스 식생활 실천 관련 자료의 개발 및 배포가 시급히 요구되며, 구체적 로하스 식생활 실천 기술과 능력 배양을 위한 연수기회의 주기적 제공, 친환경농산물을 활용한 식단개발 및 친환경농산물 재배 체험 교육 강화, 유기농 및 친환경 식품의 인증제 및 우수성 인식 강화, 로하스 식생활교실 및 상담실 설치 운영 등의 구체적인 로하스 식생활 역할 직무교육 및 홍보가 급식종사자들에게 이루어질 때, 보다 더 안전하고 우수한 급식제공이 급식종사자를 통해 이루어짐으로써 학교급식의 질적 개선과 더불어 국민건강에 기여하고 나아가 국가경쟁력 강화 달성에 이바지 할 수 있다고 사료된다.

V. 감사의 글

This work was supported by the Korea Research Foundation Grant funded by the Korean Government(KRF-2008-531-C00082).

참고문헌

Bae HJ, Jeon EK, Lee HY. 2008. Analyzing the importance and performance of sanitation management within foodservice facilities and utilities. Korean J Soc. Food Cookery Sci 24(3):325-332

Caruana A., Calleya P. 1998. The effect of internal marketing on organizational commitment among retail bank manager. J Bank Marketing 16(3):108-116

Cha DU. 2007. Analysis of purchasing behavior of consumers regarding natures of organic agricultural products. Korean J Agric Management Policy 34(2):197-218

Chang HJ, Kim YS. 2004. A study on color and image marketing for the LOHAS & Nomadic consumer on the foodservice industry. Korean J Culinary Research 10(4):50-66

Chang HJ. 2008. Strategies for the improvement of customer satisfaction on foodservice through identifying the foodservice quality factors in senior care facilities. Korean J Community Nutr 13(1):69-79

Chang HS, Lee MJ. 2008. The Perception for Management of School Foodservice Using of Environmentally Friendly Agricultural Products of Elementary School Children`s Mothers in Gunsan. Korean J Community Nutr 13(6):867-878

Choo YJ, Ryu SH, Yoon JH. 2006. Dietitian`s job satisfaction and perception of foodservice quality in elementary schools. Korean J Nutrition 39(2):192-200

Chung YS. 2005. A study on the materials and functions of the wallpaper by the trend of LOHAS. Korean J Craft 8(2): 171-188

Eom KH, Chung IH. 2006. A study of the influence LOHAS on fashion accessory products -Focusing on fashion accessory shown on internet shopping mall-. Korean J Digital Design Council 11(0):243-253

Han KS, Lee SY, Seo KM. 2002. The evaluation of quality management standards for contract foodservice company. Korean J Soc Food Cookery Sci 18(4):426-432

Jeon EK, Bae HJ. 2009. Evaluation of sanitation management performance within school foodservice facilities and utilities in Gyeongbuk province. Korean J Soc Food Cookery Sci 25(1):62-73

Kim HC. 2006. A study on the causal model of students` perceived service quality, affect and satisfaction in college and university foodservices. Korean J Tourism Research 20(3):245-262

Kim KA, Kwak TK, Lee KE. 2006. Food purchasing and quality management practices in school food service. Korean J Diet Assoc 12(4):329-341,

Kim MY, Kim KJ, Lee KE. 2008. In-patients` food consumption and perception on foodservice quality at hospitals. Korean J. Diet Assoc 14(1):87-96

Kim SJ, Cho YB. 2007. The influence of service quality of company employees on satisfaction of customers. Korean J Culinary Research 13(4):164-177

Kim SS. 2007. A study on consumer`s attitude for food safety and purchase of environment friendly agricultural products. Korean J Home Management Assoc 25(6):15-32

KOTRA(2005). LOHAS age, Green marketing keyword. Foreign countries investigation team 2005, p 1-5

Kwak MJ, Kim KN. 2008. Comparison of parents' recognition about environmental-friendly farm product and their opinion regarding expansion of using it at school foodservice between applied school and non-applied school. Korean J. Community Nutr 2008 October (2):180

Kwon YJ, Song HG, Byun KI. 2006. A study of effects on selecting well-being oriented menu in restaurants according to the LOHAS indices and the types of lifestyle of repeated customers. Korean J Hospitality and Tourism 22(0): 31-47

Kwon YJ, Song HG, Kim JE. 2007. The influence of LOHAS tendency of dining-out consumers on wellness and order-

ing behavior of healthful menu. Korean J Tourism Sci 31(5):247-270

Lee YJ, Lee CY. 2009. A study on the influence of the perception employees of contract foodservice management companies have of internal marketing on service quality. Korean J Food Culture 24(1):58-68

Lee YJ. 2006. Importance & satisfaction of students on service quality of high school foodservice: focused on Kyungjoo City. Korean J Food Culture 21(2):154-160

Lee YS, Park MJ. 2008. Parental perception and satisfaction with environment-friendly agricultural products used for school foodservice in elementary schools in Daejeon. Korean J Food Culture 23(6):737-747

Minou Y, Sohn SM. 2006. Worldwide organic agriculture and market development. Korean J Food Science and Industry 39(3):52-72

Park HS. 2006. Korean LOHAS consumer's research result and market view. KNBI(Korean Natural Business Institute):29-45

Park IK. 2008. A study on the naturalistic cosmetics purchasing behavior and attitudes according to women`s LOHAS lifestyle. Korean J Fashion Business 12(1):63-75

Korean J. Dietetic Association 13(2):138-156

Park OM. 2005. The modern fabric materials reflected the LOHAS phenomenon. Korean J Design Culture 11(3):49-55

Park SM, Yoo YS. 2008. Characteristics of Lohas fashion represented green design in 2000`s. Korean J Clothing and Textiles 32(2):307-318

Ryu MJ, Suh JS, Lyu ES. 2004. A perception of dietitian for using imported foods and pro-environment farm products for elementary school foodservice operations in Busan. Korean J Dietetic Assoc 10(4):452-466

Seo DG, Joo HS. 2008. Impacts of LOHAS image and involvement to customer satisfaction and loyalty perceived by hotel restaurant customers. Korean J Tourism Research 23(1):399-420

Shigh J. 2000. Performance productivity and quality of frontline employees in service organizations, J Marketing 64(2):April: 15-34

Shin YK, Hwang YJ. 2008. Directions for improving certification system of environmentally-friendly agricultural products. Korean J Agric Management and Policy 35(4):871-888

Steve F, Gwynne R. 2005. LOHAS market research review. Marketplace opportunities abound. The Natural Marketing Institute (NMI):11-50

White N. 2005. The Natural Marketing Institute. NMI Release 2005 LOHAS consumer trends database

Yang IS, Park MK. 2008. The identifying the qualify attributes affecting customer satisfaction of school foodservice by city and province: students, parents, and faculty. Korean J. Dietetic Assoc 14(3):302-318

2009년 7월 31일 접수; 2009년 10월 1일 심사(수정); 2009년 10월 1일 채택