한국식생활문화학회지 25(3): 303-311, 2010
KOREAN J. FOOD CULTURE 25(3): 303-311, 2010

경기지역 남녀고등학생의 웰빙 인식에 대한 연구

이영순* · 조정화
경희대학교 식품영양학과 및 생활과학 연구소

A Study on Perception of well-being among the High School Student's in Gyeonggi Area

Lee Young Soon*, Cho Jeong Hwa
Department of Food and Nutrition, The Research Institute of Human Ecology, Kyung Hee University

Abstract

In this study investigation, 550 high school students attending school in Gyeonggi Area were surveyed for their knowledge of well-being perception. The major findings of the study were as follows: The boys found themselves in a better health compared to the girls. Students recognized the well-being food as all kinds of foods, which can improve their health although they had a significantly different opinion on the other things ($p<0.001$). The students acquired information on well-being through TV shows and the Internet. The students thought that physical and environmental well- being are the most important. In terms of physical well-being, they emphasized regular workout, balanced diet and enough sleep, while reduction of food waste and the use of disposables along with restriction of behavior not to generate environmental hormone were the important aspect for environmental well-being. In terms of eating-out habits, the girls choose healthy menus more often than the boys, and their menu choice was the most influenced by the information provided by TV and newspaper. Generally, the boys expressed more satisfaction with healthy menus than the girls, but the former didn't have a strong intention to reorder the same menu. Although the boys and girls did not have a same reason to select specific menu, both group choose menu to promote their health. The balance of taste and nutrition was identified as the top priority for their choice of well-being menus.

Key Words: well-being, perception, health, high school students

I. 서 론

지속적인 경제 발전의 결과는 환경오염으로 인한 건강의 위협, 광우병과 조류 독감과 같은 글로벌 질병의 빈번한 발생, 대중매체의 정보 보급 증대와 맞물려 웰빙 트렌드는 급속도로 확산되었다. 그러나 TV 방송프로그램, 신문, 잡지, 광고 등의 매스컴과 상업주의가 맞물려 확산된 웰빙 개념은 본래의 의미를 왜곡시켜 인식하게 되는 결과로 이어졌다. 이러한 웰빙 트렌드는 의, 식, 주 전반에 관하여 두루 소개되어지고 있으나 특히 건강과 가장 관련성이 높고, 기존의 습관 중 쉽게 변화시킬 수 있다고 생각 되는 '식' 분야에 가장 큰 영향을 미쳐 식생활과 식습관에 큰 변화를 일으키게 되었다. 그 결과 남녀노소를 불문하고 건강한 식생활과 안전한 먹거리의 중요성을 인식하여 평소 자신의 식생활을 돌아보고 문제점을 개선하고자 노력하며 관심을 보이게 되었다.

청소년기는 심리적, 신체적으로 큰 변화를 겪는 제2의 성장기로 성장발달에 필요한 영양을 공급함으로써 성장기에 있는 학생들의 건전한 심신 발달을 도모하고, 시기별 영양교육을 통해 향후 합리적인 식생활 영위에 필요한 기초 영양 지식의 이해 및 올바른 식습관과 바람직한 외식 문화 형성이 가능하므로 매우 중요하다(Lee 등 2005). 그러나 보다 나은 삶의 질을 영위하기 위해 건강한 육체와 정신을 추구하고자 하는 라이프스타일인 웰빙의 관점에서 비추어 볼 때 청소년들은 방과 후 다양한 활동으로 인한 시간 부족, 학업 스트레스의 증가, 바르지 못한 식습관 형성으로 인해 패스트푸드, 인스턴트식품과 같은 정크 푸드의 섭취가 증가되었고 결국 청소년들에게 비만, 당뇨 등의 생활습관 질병이 증가하는 부정적인 결과를 가져오게 되었다(Centers for diease control and prevention 1996). 웰빙에 대한 연구로는 도시주부들의 웰빙에 대한 인식과 식생활유형에 대한 연구(Park 등 2005), 대학생들의 웰빙인식에 대한 의식과 생활습관에 관한 연구(Myung 등 2007)와 웰빙의식이 대학 기숙사급식 만족도에 미치는 영향에 관한 연구(Song 2006), 웰빙의 상업적 유행 및 웰빙에 관련하여 유기농식품선호현

*Corresponding author: Lee Young Soon, Department of Food and Nutrition, The Research Institute of Human Ecology, Kyung-Hee University, 1 Hoegi-dong, Dongdaemun-gu, Seoul, 130-701, Korea Tel: 82-2-961-0263 Fax: 82-2-968-0260 E-mail: yysllee@hanmail.net

상 등에 대한 연구(Jung 등 2001; Yoo 2006) 등이 다수 보고 되고 있다. 따라서 본 연구는 우리 사회가 건전하고 건강한 사회가 되기 위하여 청소년들의 생각과 바른 생활 습관의 정착에 대한 중요성을 인식하고, 청소년들의 성장 발달과 건강유지 및 증진을 위해 청소년들의 패스트푸드, 인스턴트식품의 섭취 증가를 감안하여 남녀 고등학생들의 웰빙트렌드에 따른 식생활의 문제점 및 외식습관형성에 도움이 되고자 웰빙의 인식에 대해 조사하였다.

II. 연구의 내용 및 방법

1. 조사 대상

조사대상은 경기도 안양과 인천 소재의 남, 여 고등학교 1학년을 대상으로 2개교씩 무작위로 선정하여 2006년 12월 26일부터 2007년 1월 5일까지 총 11일간 자기 기입방식으로 조사하였다. 총 592부 중 560부를 회수하였고(회수율 94.6%) 회수한 560부 중 불완전한 응답인 10부를 제외한 550부(98.2%)를 통계분석 대상으로 이용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

본 연구는 기존의 문헌(Lee 2005; Park 2005) 및 선행연구를 참고로 개발하여 설문지를 작성하였다. 설문 문항의 구성은 성별, 월평균 용돈, 현재 건강상태 및 건강에 대한 관심도 등의 일반 사항과 웰빙에 관해, 웰빙에 관한 사고력, 심리적 웰빙, 환경적 웰빙, 웰빙 행동에 대한 만족감 등 5개 부분에 대해 인식도를 조사하였다. 청소년들의 외식 시 웰빙메뉴의 선택 경험 유무 및 만족도, 웰빙메뉴의 선택을 통해 얻고자 하는 이익관련 문항을 5점 Likert척도로 구성 하였다.

3. 통계 분석 방법

조사된 자료의 처리는 SPSS PC package program(ver. 12.0)을 이용하여 일반사항에 관한 정보는 빈도분석 실시하였고, 남, 여 학생의 현재 건강상태와 건강에 대한 관심도, 웰빙 식품의 인식과 웰빙 정도의 근원에 관하여 χ^2-test을 실시하여 집단 간 유의성을 검증하였다. 5점 Likert 척도에 의해 웰빙에 관한 인식과 웰빙 메뉴 선택에 영향을 주는 요인에 대해서는 5단계로 점수화하여 평균과 표준편차를 구하고 남, 여 집단 간의 평균 차이를 비교하기 위하여 t 검정을 이용하여 분석하였다. 또한 외식습관에 관한 문항 및 메뉴 선택 시 영향을 미치는 요인에 관한 문항은 χ^2-test을 통하여 집단 간 유의성을 검증하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 사항

조사대상자의 일반사항은 남학생 276명(50.2%), 여학생 274명(49.8%)으로 총 550명이 조사 대상으로 표집이 되었고, 63.8%의 학생들이 월 평균 4-5만원의 용돈을 받는 것으로 나타났다〈Table 1〉.

<Table 1> General characteristics of the respondent

		N	%
Gender	Male	276	50.2
	Female	274	49.8
Monthly spending money (Won)	No answers	19	3.5
	40.000-50.000	351	63.8
	60.000-70.000	52	9.5
	80.000-90.000	23	4.2
	100.000-150.000	33	6.0
	160.000-200.000	12	2.2
	>200.000	60	10.9
	Total	550	100.0

2. 조사 대상자의 건강 관련 사항

조사 대상자의 일반 사항은 Table 2와 같다. 현재 건강상태에 대한 질문에서 남학생은 '보통이다' 36.2%, '건강하다' 32.6%, '매우 건강하다' 22.1%로 나타났고, 여학생은 '보통이다' 44.9%, '건강하다' 26.6%, '매우 건강하다' 10.9%로 여학생에 비해 남학생이 자신이 건강한 것으로 인식하는 것으로 나타났다($p<0.001$). 건강에 대한 관심 정도는 남학생은 '높은 편이다' 27.9%, '매우 높다' 12.0%로, 여학생은 '높은 편이다' 26.3%, '매우 높다' 10.6%로 나타나 남·여학생의 건강에 대한 관심도는 비슷한 수준을 나타냈다. Kim 등(2006)의 연구에 의하면 남·여 대학생의 웰빙 인식에 관해 본 연구와 상이한 결과가 나타났다.

웰빙 트렌드와 관련하여 학생들이 인식하고 있는 '웰빙 식품이란 무엇이라고 생각 합니까'에 대한 질문에 대해서 '건강을 유지, 증진하는데 도움이 되는 식품' 남학생 55.4%, 여학생 49.6%, '유기농, 친환경 농산물로 만든 식품' 남학생 25.0%, 여학생 35.4%로 남, 여학생 모두 건강유지와 증진에 도움을 주는 식품과 유기농 친환경 식품을 웰빙 식품으로 주로 인식하고 있었으나 그밖에 의견에서 남학생은 '특수한 목적의 영양식' 8.7%인 반면, 여학생은 '고단백 저칼로리의 다이어트 식품' 11.3%라고 응답하여 남·여학생의 의견에 차이가 있는 것으로 나타났다($p<0.001$). Kim 등(2006)의 연구에 의하면 남학생은 친환경 농산물, 기능성 채소, 건강 보조식품 순으로, 여학생은 친환경 농산물, 미용 및 다이어트 식품, 기능성 야채 순으로 웰빙 식품을 인식하고 있어 본 연구와 유사한 결과로 나타났다. 이러한 남·여학생 간 인식의 차이는 최근 불고 있는 체중 감량을 위한 다이어트 식품과 대용식, 약제 복용 증가, 과도한 절식과 같은 지나친 다이어트 열풍이 여대생뿐만 아니라 여자 청소년들에게도 영향을 미치고 있는 것으로 사려 된다.

청소년들의 웰빙에 대한 정보의 습득 경로는 남학생은 TV 방송 프로그램 73.6%로 가장 높았고, 인터넷 13.8%, 신문·

<Table 2> Personal opinion about health related factor N(%)

Variables		Male N=276	Female N=274	Total (N=550)	χ^2
The degree of concerning health	Very unhealthy	7(2.5)	5(1.8)	12(2.2)	df=4 χ^2=25.278*** p=0.000
	Not healthy	18(6.5)	43(15.7)	61(11.1)	
	Moderate	100(36.2)	123(44.9)	223(40.5)	
	Healthy	90(32.6)	73(26.6)	163(29.6)	
	Very healthy	61(22.1)	30(10.9)	91(16.5)	
Healthy concern	Very low	22(8.0)	10(3.6)	32(5.8)	df=4 χ^2=6.968 p=0.138
	Low	24(8.7)	34(12.4)	58(10.5)	
	Moderate	120(43.5)	129(47.1)	249(45.3)	
	High	77(27.9)	72(26.3)	149(27.1)	
	Very high	33(12.0)	29(10.6)	62(11.3)	
Opinion about well-being food	Health improved foods	153(55.4)	136(49.6)	289(52.5)	df=4 χ^2=21.230*** p=0.000
	Low calorie, high protein foods	21(7.6)	31(11.3)	52(9.5)	
	Organic foods	69(25.0)	97(35.4)	166(30.2)	
	Special health foods (ginseng, mushroom...)	9(3.3)	5(1.8)	14(2.5)	
	Special purpose meal	24(8.7)	5(1.8)	29(5.3)	
Information source of well-being	Newspaper, Magazine	13(4.7)	15(5.5)	28(5.1)	df=5 χ^2=2.456 p=0.783
	TV program	203(73.6)	191(69.7)	394(71.6)	
	Advertisement	10(3.6)	8(2.9)	18(3.3)	
	Internet	38(13.8)	41(15.0)	79(14.4)	
	Lecture	1(0.4)	2(0.7)	3(0.5)	
	Neighbors & Friends	11(4.0)	17(6.2)	28(5.1)	

***p<0.001

잡지 4.7%, 지인의 전달 4.0%, 광고 3.6%, 강연0.4% 순으로 나타났으며, 여학생은 TV방송 프로그램 69.7%, 인터넷 15.0%, 지인의 전달 6.2%, 신문·잡지 5.5%, 광고 2.9% 순으로 남·여학생 모두 TV방송 프로그램과 인터넷을 통한 정보의 습득이 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 20-30대와 성인을 대상으로 조사한 연구(Back & Jeong 2006)에 의하면 건강과 관련된 정보 획득경로로 조사 대상자의 50.0%가 TV나 방송매체를 통해서 정보를 얻는 것으로 나타났고, 그 밖에 인터넷, 친구나 직장 동료, 가족 등 지인을 통해 얻는 것으로 조사되어 청소년과 성인 모두 TV, 라디오 프로그램을 통해 웰빙에 관한 정보를 주로 얻는 것으로 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다.

3. 남, 여학생의 웰빙에 대한 인식 조사

조사대상자의 성별에 따른 웰빙 인식에 대한 조사 결과는 〈Table 3-a, 3-b〉와 같다.

1) 웰빙에 관한 사고력

웰빙에 관한 사고력은 현재 학생들이 인식하고 있는 웰빙 현상에 대한 주관적인 의견으로 '웰빙은 신체적 가치를 중요시 생각하는 것이다'의 질문에서 평균 3.93으로 가장 높은 점수를 나타냈고, '전체적인 삶의 질을 중요시 하는 것이다' 3.75, '환경적 가치를 중요시 하는 것이다' 3.64, '정신적 가치를 중요시 하는 것이다' 3.54의 순으로 웰빙을 신체적 건강과 가장 관련지어 생각하는 것으로 나타났다. 반면에 '인간관계를 중요시 생각하는 것이다' 2.94, '웰빙 현상은 일시적 유행이다' 2.74로 상대적으로 낮은 점수를 나타냈다. 이는 웰빙의 개념이 건강과 동일한 의미로 사용되고 있으며, 최근의 LOHAS의 개념과 유사한 웰빙 인식이 나타나고 있음을 알 수 있다. 이와 관련하여 성인들의 웰빙 인식에 관한 Lee(2005)의 연구에 의하면 성인들은 삶의 질을 가장 중요시 생각하며, 그밖에 건강의 가치, 환경의 가치, 정신적 가치의 순으로 중요성을 인식하는 것으로 나타나 본 연구의 대상자인 청소년들과 성인들의 웰빙에 관한 인식에 다소 차이가 있는 것으로 나타났다.

조사 대상자의 성별에 따른 웰빙에 대한 사고력의 차이를 살펴보면 '신체적 가치를 중요시 생각하는 것이다'의 질문에 남학생 3.74, 여학생 4.11, '전체적인 삶의 질을 중요시 하는 것이다' 남학생 3.56, 여학생 3.94, '환경적 가치를 중요시 생각하는 것이다' 남학생 3.53, 여학생 3.74, '정신적 가치를 중요시 생각하는 것이다' 남학생 3.34, 여학생 3.74의 순으로 여학생이 남학생 보다 신체적 가치, 삶의 질, 환경적 가치, 정신적 가치 그리고 인간관계에 있어서 남학생 보다 여학생이 그 중요성을 더 높게 인식하고 있는 것으로 조사되어 남·여학생 간 유의적인 차이($p<0.001$)가 있는 것으로 나타났다. 그러나 '웰빙은 일시적 유행이다'의 문항에서는 남학생 2.87, 여학생 2.61로 여학생 보다 남학생이 현재 웰빙 트렌드를 일시적인 유행 현상으로 인식하고 있는 것으로 나타나 남·여학생 간 유의적인 차이($p<0.05$)를 보였다.

2) 심리적 웰빙

심리적 웰빙은 웰빙 행동이나, 웰빙 제품의 구매에 질문으로 '웰빙 식품을 섭취하면 건강이 증진될 것이라 믿는다'라는 질문에 평균 3.43, '웰빙을 위하여 명상, 요가 등을 통하여 스트레스를 조절하고 마음의 안정을 갖는 것이 중요하다' 평균 3.39, '경제적 성공 보다는 자아실현이 중요하다' 평균 3.11로 나타났으나 '웰빙에 관한 정보를 따름으로써 심리적 안정을 느낀다' 평균 2.89, '웰빙 제품의 구매 욕구를 느낀다' 평균 2.53로 나타나 그 중요성을 비교적 낮게 인식하는 것으로 조사되어 웰빙 인식에 비해 웰빙과 관련된 행동수행력은 부족한 것으로 나타났다. Lee(2005)의 연구에 의하면 성인들 역시 사회적, 경제적 성공보다 자아실현을 가장 중요시 하는 것으로 나타나 본 연구와 유사한 경향을 나타냈다. 성별에 따라서는 '웰빙을 위하여 명상, 요가 등을 통하여 스트레스를 조절하고 마음의 안정을 갖는 것이 중요하다' 문항에서 남학생 3.10, 여학생 3.39으로 여학생들이 남학생 보다 웰빙과 관련된 행동 수행력의 중요성에 대한 인식이 유의적으로($p<0.001$) 더 높은 것으로 조사되었다. Park(2004)의 연구에 의하면 성별에 따른 웰빙 인식의 차이 중 여자는 심신의 안정 및 친환경과 관련된 요가나 아로마 목욕과 친환경 제품 사용과 같은 심신의 안정에 대한 선호가 남자에 비해 높은 것으로 나타나 본 연구와 유사한 경향을 나타냈다.

3) 신체적 웰빙

청소년들이 신체적 웰빙을 위하여 중요시 생각하는 요인이 무엇인가에 관한 문항으로 '규칙적인 운동을 해야 한다' 평균 4.15, '균형 잡힌 식생활을 해야 한다' 평균 4.08, '깊고 충분한 수면 취해야 한다' 평균 4.00, '정상 체중을 유지해야 한다' 평균 3.85, '인스턴트, 패스트푸드를 제한해야 한다' 평균 3.29의 순으로 중요성을 인식하고 있는 반면, '건강식품을 별도로 복용해야 한다'의 문항에 대해서는 평균 2.33으로 그 중요성 인식이 낮은 것으로 나타났다. 남, 여 대학생의 웰빙 인식에 관한 Kim 등(2006)의 연구에서 '건강과 다이어트를 위해 헬스나 규칙적인 운동을 하는 것이다' 문항에 규칙 적인 운동을 가장 중요한 웰빙 방법으로 인식하고 있는 것으로 나타나 본 연구와 일치하는 결과를 보였다. 성별에 따라서 '규칙적인 운동이 중요하다' 문항에 남학생 4.08, 여학생 4.23, '균형 잡힌 식생활이 중요하다' 남학생 3.95, 여학생 4.22, '깊고 충분한 수면 취해야 한다' 남학생 3.82, 여학생 4.19, '인스턴트, 패스트푸드를 제한해야 한다' 남학생 3.02, 여학생 3.57, '정상체중을 유지해야 한다' 남학생 3.75, 여학생 3.94로 남학생 보다 여학생이 신체적 웰빙을 위한 행동 수행을 더 중요하게 인식하고 있어 남·여학생 간에 신체적 웰빙에 관한 사고력이 유의적 차이($p<0.001$)가 있는 것으로 나타났다. 반면 대학생을 대상으로 한 Han 등(1998)의 연구에 의하면 일주일에 1-2회 이상 운동을 실시하는 남자가 73.2%로 여자 48.0%보다 높게 나타나 남자가 중요성 인식에 따른 행동 수행으로의 실천력이 높은 것으로 나타났다. 또한 성인을 대상으로 실시한 Park(2004)의 연구에 의하면 성별에 따른 웰빙 인식의 차이 중 남자는 여자에 비해 여가생활 즉 취미 활동이나 운동, 충분한 휴식을 좋아하는 것으로 나타나 규칙적 운동과 충분한 수면을 중요시하는 남자 청소년들의 신체적 웰빙 인식과 유사한 경향을 보였고, '인스턴트 및 패스트푸드 섭취를 제한해야 한다'와 관련하여 Kim 등(2006)의 연구와 같이 남학생에 비하여 여학생이 실제적으로 인스턴트 및 패스트푸드 섭취를 하지 않는 비율이 높은 것으로 나타나 여학생이 인스턴트, 패스트푸드를 제한해야 한다고 인식하는 것과 실제 행동이 일치하는 것으로 나타났다.

4) 환경적 웰빙

환경적 웰빙은 개인의 행동이 환경에 미치는 영향을 의식하고 쾌적한 환경 속에서 살아갈 수 있도록 지속적으로 관심을 가져야 하는 태도(Jo 2003)로 LOHAS적 관점에서 웰빙 행동을 측정하였다. '환경 호르몬을 유발시킬 수 있는 행동을 자제해야 한다' 평균 4.12로 가장 중요한 문제로 인식하고 있는 것으로 나타났고 그 밖에 '환경 보호를 위해서 음식 쓰레기의 발생을 줄여야 한다' 평균 4.10, '환경 보호를 위해 일회용품의 사용을 줄여야 한다' 평균 4.07, '친환경 제품을 이용해야 한다' 평균 4.03의 순으로 중요성을 인식하고 있었다. 반면 '웰빙을 위하여 도시의 생활에서 벗어나 전원생활을 하는 것이 필요하다'의 문항에 있어서는 평균 2.81로 중요성의 인식이 가장 낮은 것으로 나타났다. 성별에 따라서는 '환경 보호를 위해 일회용품의 사용을 줄여야 한다'의 문항에 남학생 3.86, 여학생 4.28, '환경 보호를 위해서 음식 쓰레기의 발생을 줄여야 한다' 남학생 3.98, 여학생 4.23, '친환경 제품을 이용해야 한다' 남학생 3.90, 여학생 4.16, '환경 호르몬을 유발시킬 수 있는 행동을 자제해야 한다' 남학생 3.98, 여학생 4.26 로 남학생 보다 여학생이 환경적 웰빙에 대해 중요성을 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났으며($p<0.001$) 다른 요인들에 비해 환경적 웰빙에 관한 중요성 인지도가 높은 것으로 나타나 청소년들이 환경오염에 대한 두려움과 위험성을 크게 느끼는 것으로 생각된다. 환경적 웰빙과 관련하여 대학생을 대상으로 한 Kim & Kim(2005)의 연구에 의하면 웰빙에 대한 개념 중 정신적 건강요인에 가장 적극적인 동의를 나타냈으며 그 다음으로 신체적 요인, 마케팅 요인에 대해 중간 점수 이상의 지지를 보였으나 지속가능한 소비와 환경 친화적인 요인으로서의 웰빙에 대한 인식 수준은 가장 낮은 것으로 나타나 본 연구와 상이한 결과를 보였다. 한편 대학생을 대상으로 연구한 Kim 등(2006)의 연구에 의하면 '환경을 배려한 생활방식을 추구해야 한다', '도시의 바쁜 생활을 벗어나 전원생활로 돌아가는 것이다'의 문항에서 환경적 웰빙에 동의하는

<Table 3> Awareness of Well-being

Mean±SD

Variables		Male N=276	Female N=274	Total N=550	t-value
Thinking of well-being	Mental value	3.34±1.00[1)]	3.74±0.79	3.54±0.92	-5.299***
	Physical value	3.74±0.90	4.11±0.75	3.93±0.85	-5.168***
	Environmental value	3.53±0.95	3.74±0.82	3.64±0.89	-2.753**
	Human relations	2.84±0.99	3.04±0.94	2.94±0.97	-2.418*
	The quality of life	3.56±1.07	3.94±0.94	3.75±1.10	-4.478***
	Temporary trend	2.87±1.22	2.61±1.03	2.74±1.14	2.740**
Psychological well-being	Psychological stability	2.87±1.02	2.89±1.00	2.89±1.00	-.504
	Self- realization	3.04±1.02	3.11±0.98	3.11±1.00	-1.892
	Expectation of Health improved	3.40±1.03	3.45±0.93	3.43±0.99	-.643
	Purchasing impulse of well-being foods	2.44±1.11	2.53±1.12	2.53±1.12	-1.869
	A state of balance	3.10±1.00	3.39±0.99	3.39±0.99	-7.175***
Physical well-being	Balance of dietary life	3.95±0.88	4.22±.0.77	4.08±0.84	-3.923***
	Importance of regular exercise	4.08±0.84	4.23±0.80	4.15±0.82	-2.145***
	Importance of normal weight maintenance	3.75±0.91	3.94±0.84	3.85±0.88	-2.576*
	Importance of enough sleep	3.82±0.99	4.19±0.82	4.00±0.93	-4.838***
	Nutrient supplement intake	2.31±1.07	2.34±0.91	2.33±0.99	-.371
	Reduction of instant food intake	3.02±1.07	3.57±1.10	3.29±1.12	-5.913***
Environmental well-being	Necessity of rural life	2.71±1.00	2.92±1.03	2.81±1.02	-2.505*
	Decrease of a disposable products	3.86±0.90	4.28±0.79	4.07±0.87	-5.816***
	Reduce food garbage	3.98±0.82	4.23±0.77	4.10±0.80	-3.602***
	Utilize eco-friendly product	3.90±0.83	4.16±0.80	4.03±0.83	-3.652***
	Endocrine disrupt controlling	3.98±0.91	4.26±0.81	4.12±0.87	-3.871***
Satisfaction of well-being	Constant pursuit of well-being	3.61±1.01	4.04±0.84	3.82±0.95	-5.438***
	Reflection of well-being information	3.22±0.97	3.14±0.87	3.18±0.92	1.045
	Delivery of well-being information	3.45±0.95	3.68±0.80	3.56±0.89	-3.066**
	Expectation promotion of health	3.38±1.03	3.53±0.88	3.45±0.96	-1.906

[1)]1: strongly disagree, 5: strongly agree.
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

수준이 높은 것으로 나타나 청소년들이 인식하는 전원생활의 중요성 정도와 차이가 있었고 환경적 웰빙 인식도 측정 결과에 의하면 '일회용 포장용기의 사용을 줄여야 한다', '친환경을 지향하는 회사의 제품을 구매해야 한다', '잔반을 줄여야 한다'의 문항에서 남학생에 비해 여학생의 인식도가 높은 것으로 나타나 본 연구와 유사한 결과가 나타났다.

5) 웰빙을 통한 만족감

웰빙 행동에 대한 중요성과 이를 행하였을 때 느끼는 심리적 만족감에 대한 질문으로 '웰빙은 일시적 유행이 아닌 지속적으로 확대되어야 한다' 평균 3.82, '웰빙을 통해 좋은 점은 주변인에게 알려야 한다' 평균 3.56으로 웰빙의 지속력과 정보 전달력을 가장 중요시 생각하고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따라서 '웰빙은 일시적 유행이 아닌 지속적으로 확대되어야 한다' 남학생 3.61, 여학생 4.04($p<0.001$)로, '웰빙을 통해 좋은 점은 주변인에게 알려야 한다' 남학생 3.45, 여학생 3.68($p<0.01$)로 남학생 보다 여학생의 중요성 인식이 유의적으로 높은 것으로 나타났다.

성인을 대상으로 한 Lee(2005)의 연구에 의하면 웰빙 확산이 바람직하다고 인식하는 비율이 높았고 Kim 등의 연구에 의하면 웰빙 식품 섭취와 같이 웰빙 행동을 통해 건강 증진에 대한 중요성과 기대가 높은 것으로 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

4. 웰빙 생활을 위한 외식 습관에 대한 조사

1) 웰빙 메뉴의 선택 유무

청소년들의 웰빙 메뉴의 구매 및 섭취 빈도에 대한 조사 자료는 〈Table 4〉과 같이 '외식 시 영양과 건강을 고려한 웰빙 메뉴를 선택해 보신 적이 있습니까'의 문항에 구매 경험이 있는 학생이 여학생은 39.1%, 남학생 35.5%로 남학생에 비해 여학생의 웰빙 메뉴의 구매 빈도가 더 높은 것으로 나타났다.

이와 관련하여 성별에 따른 웰빙 메뉴의 선호도에 관한 Cho 등(2006)의 연구에서 웰빙 메뉴의 속성인 다양성, 영양성 그리고 부가성 요인에서 여성이 남성보다 웰빙 메뉴에 대한 관심과 선호도가 더 높은 것으로 나타나 본 연구와 유사한 결과를 나타냈으며, 여성의 웰빙 메뉴에 대한 높은 관심의 결과 구매 및 섭취 빈도가 더 높게 나타난 것이라 사료된다.

<Table 4> Experience of using well-being menu N(%)

	Male N=276	Female N=274	**Total** (N=550)	χ^2
Yes	98(35.5)	107(39.1)	205(37.3)	χ^2=.739 df=1 p=0.390
No	178(64.5)	167(60.9)	345(62.7)	
Total	276(100.0)	274(100.0)	550(100.0)	

<Table 5> Frequency of buying well-being menu according to the spending money N(%)

	Yes N=205	No N=345	**Total** (N=550)	χ^2
No answers	5(0.9)	149(2.5)	19(3.5)	df=6 χ^2=23.526*** p=0.001
40.000-50.000	129(23.5)	222(40.4)	351(63.8)	
60.000-70.000	24(4.4)	28(5.1)	52(9.5)	
80.000-90.000	9(1.6)	14(2.5)	23(4.2)	
100.000-150.000	18(3.3)	15(2.7)	33(6.0)	
160.000-200.000	9(1.6)	3(0.5)	12(2.2)	
>200.000	11(2.0)	49(8.9)	60(10.9)	
Total	205(37.3)	345(62.7)	550(100.0)	

***p<0.001

2) 평균 용돈과 웰빙 메뉴의 구매 빈도

조사 대상자의 월평균 용돈에 따른 웰빙 메뉴의 구매 경험에 대한 결과는 〈Table 5〉와 같다. 월 평균 40,000~50,000원의 용돈을 받는 학생의 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며 웰빙 메뉴를 구매 해 본 경험에서 월 40,000~50,000의 용돈을 받는 학생들의 구매 빈도가 가장 높은 것으로 조사되었다. 그러나 전반적으로 웰빙 메뉴를 구매해 본 경험이 없는 학생이 더 높은 것으로 조사되어 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(p〈0.01).

3) 웰빙 메뉴 선택 만족도

웰빙 메뉴를 선택한 조사대상자들의 만족도〈Table 6〉는 남·여학생 간에 유의적 차이가 있는 것으로 나타났다(P〈0.05). 남·여학생의 만족도는 남학생은 만족 한다 41.8%, 매우 만족 한다 8.2%이며 여학생은 만족 한다 34.6%, 매우 만족 한다 1.9%를 나타내어 구매한 웰빙 메뉴

<Table 6> Satisfaction with the selection of well-being menu N(%)

	Male N=98	Female N=107	**Total** (N=205)	2
Very unsatisfactory	4(4.1)	0(0.0)	4(2.0)	df=4 χ^2=12.613* p=0.013
Unsatisfactory	5(5.1)	9(8.4)	14(6.8)	
Moderate	40(40.8)	62(57.9)	102(49.8)	
Satisfactory	41(41.8)	37(34.6)	78(38.0)	
Very satisfactory	8(8.2)	2(1.9)	10(0.5)	
Total	98(100.0)	107(100.0)	205(100.0)	

*p<0.05

에 대해 여학생 보다 남학생의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. Lee & Um(2004)의 연구에 의하면 외식업체의 메뉴에 대해 남성이 여성보다 더 관심이 높고 긍정적인 태도를 취하며 외식 메뉴를 통한 건강의 기여도를 더 중요하게 생각하는 것으로 나타나 본 연구와 유사한 결과가 나타났다.

4) 웰빙 메뉴 선택 시 영향을 받은 요인

웰빙 메뉴를 선택한 청소년들이 구매 시 영향을 받은 요인은 〈Table 7〉과 같다. 가장 영향력이 큰 요인으로 남·여학생 모두 TV와 신문 등의 정보로 남학생 43.95%, 여학생 45.8%로 가장 높았으며, 그 밖에 남학생은 개인적인 취향(19.4%), 건강 증진에 대한 기대(14.3%), 영양표시와 성분 정보(10.2%), 판매원 및 주변사람의 권유(8.2%), 제조사의 인지도(4.1%)의 순으로, 여학생은 TV와 신문 등의 정보 외에 개인적 취향(25.3%), 판매원 및 주변사람의 권유(13.1%), 건강 증진에 대한 기대(9.3%), 영양 표시 및 성분 정보(6.5%), 제조사의 인지도(1.9%)의 순으로 나타났다. 웰빙 지향 소비행동과 건강 지향 소비행동을 같은 맥락 하에 연구한 Back & Jung(2006)의 연구에 의하면 성인은 건강 지향적 소비재 및 서비스에 대해 TV 등의 방송매체를 통해 건강관련 제품의 정보를 주로 획득하지만 실제 구매 결정시에는 건강에 대한 실질적인 도움에 대한 기대나 주변 사람들의 이용 여부가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 TV와 신문 등의 매스컴에 영향을 많이 받는 청소년들과 차이가 있는 것으로 나타났다.

<Table 7> Factors affecting on the selection of well-being menu N(%)

Variables	Male N=276	Female N=274	**Total** (N=550)	2
Recognition of company	4(4.1)	2(1.9)	6(2.9)	df=5 χ^2=4.322 p=0.504
Nutrition information	10(10.2)	7(6.5)	17(8.3)	
Salesman & relatives	8(8.2)	14(13.1)	22(10.7)	
Recommendation from TV, newspaper	43(43.9)	49(45.8)	92(44.9)	
Individual taste	19(19.4)	25(23.4)	44(21.5)	
Expectation of health improvement	14(14.3)	10(9.3)	24(11.7)	
Total	98(100.0)	107(100.0)	205(100.0)	

<Table 8> Intention of repurchasing of well being menu N(%)

	Male N=98	Female N=107	**Total** (N=205)	2
Not at all	7(7.1)	4(3.7)	11(5.4)	χ^2=4.761 df=4 p=0.313
Consideration about repurchasing	37(37.8)	45(45.1)	82(40.0)	
Moderate	34(34.7)	37(34.6)	71(34.6)	
Agree	17(17.3)	21(19.6)	38(18.5)	
Sure repurchasing	3(3.1)	0(0.0)	3(1.5)	
Total	98(100.0)	107(100.0)	205(100.0)	

5) 웰빙 메뉴 재 구매 의향

구매 경험이 있는 웰빙 메뉴를 재 구매 할 의향에 대하여 조사해 본 결과 〈Table 8〉과 같이 나타났다. '전혀 구매할 생각이 없다' 5.4%와 '재 구매를 고려해 보겠다' 40.0%의 비율이 '재 구매를 하겠다' 18.5%와 '반드시 재 구매 하겠다' 1.5% 보다 높은 것으로 나타나 대부분의 청소년들이 재 구매에 대한 의사가 높지 않은 것으로 나타났다. 반면 성인을 대상으로 한 Min(2004)의 연구에 의하면 웰빙 식품을 계속 구매 하고자 하는 비율이 전체 응답자의 75%로 지속적인 구매 의사에 긍정적인 입장을 나타내 본 연구와 상반된 결과를 보였다. 이는 웰빙 메뉴를 선택하는 주된 이유로 나타난 '건강 증진에 대한 기대' 효과가 즉시 나타나지 않고 자극적인 맛에 익숙한 청소년들에게 대체적으로 담백하고 깔끔한 맛으로 조리되는 웰빙 메뉴에 대해 비교적 만족하지 못하기 때문에 재 구매에 대한 의사가 높지 않은 것으로 사료된다.

6) 웰빙 메뉴에 대한 만족 이유

웰빙 메뉴를 구매한 학생의 만족 이유는 〈Table 9〉와 같이 나타났다. 웰빙 메뉴를 구매한 학생의 맛에 대해 만족은 39.8%로, 심리적 만족 33.0%, 건강 증진의 효과에 대한 만족 25.0%로 나타났다. 웰빙 메뉴의 고객 만족에 관한 Cho 등(2006)의 연구에서는 만족에 가장 큰 영향력을 미치는 요인은 적절한 웰빙 메뉴 양, 적당한 음식의 온도, 취향에 맞는 조리법, 적절한 웰빙 메뉴의 가격, 친환경적인 포장 및 용기의 사용, 웰빙 메뉴의 열량에 대한 정보 제공에 해당되는 부가성 요인이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구와 상이한 결과가 나타났다.

<Table 9> Satisfaction about well-being menu N(%)

Variables	Male N=49	Female N=39	**Total** (N=88)	2
Taste	18(36.7)	17(43.6)	35(39.8)	df=3 χ^2=3.886 p=0.0274
Price	2(4.1)	0(0.0)	2(2.3)	
Health improvement	15(30.6)	7(17.9)	22(25.0)	
Mental satisfaction	14(28.6)	15(38.5)	29(33.0)	
Total	49(100.0)	39(100.0)	88(100.0)	

7) 웰빙 메뉴를 선택 하는 이유

청소년들이 웰빙 메뉴를 선택 하고자 하는 이유는 〈Table 10〉과 같이 남학생 67.8%, 여학생74.1%로 모두 '건강 증진을 위하여' 건강을 고려한 웰빙 메뉴를 선택하는 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 남학생은 심리적 만족 19.9%, 남과 다른 생활 유지를 위하여 5.4%, 다이어트에 도움이 되기 때문에 4.3%, 유행에 따르기 위하여2.5%의 순으로 웰빙 메뉴를 선택하는 반면 여학생은 건강 증진의 이유 외에 다이어트에 도움이 되기 때문에 12.4%, 심리적 만족 10.6%, 유행에 따르기 위하여 2.2%, 남과 다른 생활을 유지하기 위하여 0.7%의 순으로 남 · 여학생 간 웰빙 메뉴를 선택하는 이유에 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다($p<0.001$).

건강 메뉴에 대한 태도를 연구한 Lee & Um(2004)의 연구에서 건강 메뉴의 소비 이유에 대한 조사 결과 가장 큰 이유는 '건강을 위한 것'으로 가장 높은 점수를 나타냈고, 그 밖에 신선하기 때문에, 안전하기 때문에, 식품첨가물이 없기 때문에 등의 순으로 조사되어 본 연구와 웰빙 메뉴를 선택하는 주된 이유가 유사한 경향을 나타냈다. 반면 '맛이 좋기 때문에'와 '가격이 좋기 때문에'의 문항은 낮은 점수로

<Table 10> Reason for choosing well-being food N(%)

Variables	Male (N=276)	Female (N=274)	**Total** (N=550)	2
To improve the health	187(67.8)	203(74.1)	390(70.9)	χ^2=29.237*** df=4 p=0.000
To satisfy mentally	55(19.9)	29(10.6)	84(15.3)	
Follow the trend	7(2.5)	6(2.2)	13(2.4)	
Good for diet	12(4.3)	34(12.4)	46(8.4)	
Want to be different from others	15(5.4)	2 (0.7)	17(3.1)	
Total	276(100.0)	274(100.0)	550(100.0)	

***$p<0.001$

<Table 11> Criteria for the selection of well-being menu Mean±SD

Variables	Male N=276	Female N=274	**Total** (N=550)	t-value
Taste	4.09±0.88	4.26±0.72	4.17±0.81	-2.554*
Price	3.82±0.93	3.92±0.77	3.87±0.86	-1.334
Nutritional effect	3.60±0.94	3.80±0.78	3.74±0.87	-1.603
Mass media effect (TV, Newspaper, Internet)	3.11±1.05	3.08±0.91	3.09±0.98	.340
Applying coupon	3.13±1.10	3.37±1.01	3.25±1.06	-2.680**
Recommendation of friends & relatives	3.21±1.04	3.26±0.86	3.23±0.96	-.690
New menus regarding well-being trend	3.25±1.03	3.32±0.96	3.28±1.00	-.794
Cooking method	3.63±1.01	3.72±0.89	3.67±0.96	-1.089
Organic foods	3.86±0.96	4.01±0.88	3.93±0.93	-1.935
Nutritional balance	3.84±1.08	4.03±0.89	3.94±0.99	-2.189*

1: not important, 5: very important
*p<0.05, **p<0.01

나타나 청소년들의 건강 메뉴의 선택에 있어서 맛이나 가격은 구매자의 구매 욕구에 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. Lee & Um(2004)의 연구에 의하면 건강 메뉴의 소비 이유에서 '맛이 좋기 때문에', '가격이 좋기 때문에'의 항목은 낮은 점수를 나타내 청소년들이 웰빙 메뉴 선택과 일치하는 경향이 나타냈다.

8) 웰빙 메뉴 선택 시 중요하게 고려하는 요인

외식 시 영양, 건강을 고려한 웰빙 메뉴 선택 시 남·여학생 간 중요하게 고려하는 요인에 대한 조사 결과는 〈Table 11〉과 같이 나타났다.

조사 결과 '맛'은 남·여학생 평균 4.17, 메뉴의 '영양적 균형(총칼로리, 영양 비율 등)'은 평균 3.94로 메뉴 선택 시 맛과 영양적 균형 요인을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 그 밖에 친환경 식품의 사용 여부, 음식의 가격, 음식 재료의 영양적 효과에 대한 설명, 건강을 위한 조리법의 사용 여부, 웰빙 트렌드에 맞는 새로운 메뉴, 할인카드 및 쿠폰의 적용여부, 주변인의 권유, 인터넷, TV, 신문 등의 영향 순으로 메뉴 선택에 영향을 주는 것으로 조사되었다. 이와 관련하여 Jeon(2005)과 Park(2005)의 연구에 의하면 외식 메뉴 선택 시 고려하는 요인의 1위가 '맛'으로 과반수 이상이 맛에 따라 메뉴를 선택하는 것으로 나타나 본 연구와 일치하는 견해를 보였다. 따라서 웰빙 메뉴를 구매하는 사람들의 구매 빈도를 높이고 만족도를 향상시키기 위해서는 음식의 맛을 개선하여 영양적으로 우수할 뿐만 아니라 맛에 대해서도 구매자들의 기호를 충족시킬 수 있도록 노력해야 할 것이다. 성별에 따르면 '맛' 요인에 있어 남학생 4.09, 여학생 4.26으로 조사되었고, '영양적 균형'에 있어서 남학생 3.84, 여학생 4.03으로 여학생이 남학생 보다 '맛'과 '영양적 균형'을 고려하여 메뉴를 선택하는 것으로 조사되어 남·여학생 간 유의적인 차이($p<0.05$)를 보였다. 또한 '인터넷, TV, 신문 등의 영향'을 제외한 나머지 요인 역시 모두 남학생 보다 여학생이 메뉴 선택에 영향을 주는 것으로 나타났으며, '할인 카드 및 쿠폰의 적용 여부'의 경우 남학생 3.13, 여학생 3.37점으로 남학생 보다 여학생이 할인카드 및 쿠폰 적용 여부를 웰빙 메뉴 선택 시 더 고려하는 것으로 조사되었다($p<0.01$). 이와 관련하여 웰빙 메뉴의 선호도에 관한 Cho 등(2006)의 연구에 의하면 웰빙 메뉴의 선호 요인과 고객카드 및 제휴카드의 사용 유무에 따른 차이를 검증한 결과 메뉴 선택 시 고객 카드 및 제휴카드를 사용한 경험이 있는 사람이 메뉴의 영양성, 다양성, 설명성 요인을 중요하게 인식하는 것으로 나타나 결과적으로 웰빙 메뉴에 대한 관심이 높을수록 고객 카드 및 제휴 카드의 사용이 많은 것으로 나타나 본 연구와 일치하는 경향을 나타냈다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 웰빙 트랜드에 기초하여 청소년들의 웰빙에 대한 인식을 조사하여 청소년의 식생활에 영향력이 높은 외식 습관 중 웰빙 메뉴의 선택과 이에 영향을 미치는 변인의 상대적 영향력을 분석하여 올바른 외식 습관 형성을 위한 교육의 기초자료가 되기 위해 조사를 시작하게 되었으며 연구의 주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 현재 자신의 건강 상태를 여학생 보다 남학생이 건강하다고 생각하며 웰빙 식품에 대해 남·여학생 모두 건강을 유지, 증진하는데 도움이 되는 식품, 유기농 친환경 식품으로 인식하고 있었으나 그 밖에 의견에서는 남·여학생 간 유의적 차이($p<0.001$)가 있었으며 웰빙에 대한 정보는 남·여학생 모두 TV 프로그램과 인터넷을 통해 얻는 것으로 나타났다.

2. 웰빙에 대한 남·여 청소년들의 인식 조사 결과 신체적 웰빙과 환경적 웰빙을 가장 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났고 특히 신체적 웰빙에서는 규칙적인 운동과 균형 잡힌 식생활, 충분한 수면을, 환경적 웰빙에서는 환경호르몬 유발 행동을 자제해야 하고 음식 쓰레기의 감소와 일회용품 사용의 감소를 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다.

3. 청소년들의 외식습관 중 건강 메뉴의 선택 빈도는 여학생이 남학생에 비해 더 높았으며 메뉴 선택에 TV와 신문의 정보가 가장 큰 영향력을 갖는 것으로 조사되었다. 또한 남학생의 만족도가 여학생 보다 더 높았으나 재 구매에 대한 의사는 높지 않았다.

4. 남·여학생 간 메뉴 선택의 이유에 차이가 있었으나 건강 증진을 위하여 선택 하는 비율이 높았고 웰빙 메뉴 선택 시 중요하게 고려하는 요인으로 맛과 영양적 균형 요인을 고려하여 선택하는 것으로 나타났다.

이상의 결과로 볼 때 남·여학생 모두 건강을 위한 식품을 인식하고 있었으며 웰빙에 대하여 신체적, 환경적웰빙을 가장 중요하게 인식하고 있음을 알 수 있었다. 외식 시 건강메뉴 선택빈도는 남학생이 여학생보다 더 높은 것으로 나타났으며 중요하게 고려하는 요인으로 맛과 영양적인 것을 선택하며 TV나 신문정보가 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 웰빙 인식에 대한 인지도를 높일 수 있는 프로그램 연구개발이 시급하며 교육을 통한 정확한 정보를 제공함이 필요하다고 사려 된다.

■ 참고문헌

Ahn HY, Cho KI. 2006. Evaluation of wellbeing menu of fast-food restaurant using IPA. Tourism study. 21(3):237-254

Baek EY, Jeong WY. 2006. Determinants of health oriented consumption. Korean Consumption Culture Association. 9(2):25-48

Centers for Disease Control and Prevention. 1996. Guideline for school health programs to promote lifelong health eating *MMWR*. 45(No. RR-9):1-37

Cho KI, Ahn HY, Noh YG. 2006. The effects of customer's satisfaction and well-being menu of fastfood industry. Tourism study. 20(3):141-160

Han MJ, Cho HA. 1998. Dietary Habit and Perceived Stress of College Students in Seoul Area. Korean Journal of Food Culture. 13(4):317-326

Jo IK. 2003. A Study on Environmental Awareness and Responsible Environmental Behaviors among Girl's High School Students, Korea National University of Education Graduate School Master's degree Thesis. pp 50-65

Jung BM, Oh ES, Choi SM and Cha TS. 2001. Survey of alcohol and nonalcoholic beverage preference in college students' od the Chonnam area. Korean J Community Nutr. 6:290-296

Kim MJ, Kim BS. 2005. The development of the scale of 'Well-being' and the determinants of the Well-being oriented behavior. Korean Consumption Culture Association. 8(2):149-164

Kim HN, Nam CJ, Woo SW, Lee BH, Yim SH. 2006. A study about dietary life pattern on the Well-being perception gap in college students. Kyung Hee University Undergraduate degree Thesis. pp 14-25

Lee JY. 2005. A Study on Well-being Behaviors in Korea-In relation with perception of well-being and lifestyle-A thesis for a doctor's degree. Sungshin Women's University. pp 55-80

Lee JR, Um YH. 2004. A study of attitude toward healthy menu. The Korean Journal of Culinary Research. 10(2):16-29

Lee KE, Hong WS, Kim MH. 2005. Students food preferences on vegetarian menus served at middle and high schools. Journal of Korean Dietic Association. 11(3):320-330

Min BH. 2004. A study on the consumer's behavior for well-being food product. Kyung Hee University Graduate School Master's degree Thesis. pp 63-70

Park CK 2005. Study on the influence which the effect of Well-being product advertisement comes up to the purchasing attitude of consumers. Kyunghee University Graduate School Master's degree Thesis. pp 64-69

Myung CO, Park YS, Nam HW and Lee KW. 2007. A study on college students' awareness and life pattern on well-being. J East Asian Soc Dietary Life. 17(1):27-42

Park KY. 2004. Well-being and well-being food. Health News. 28(8):36-37

Park YS, Myung CO, Lee KW and Nam HW. 2005. A study on the wepp-being related awareness and dietary life pattern in urban housewives. Korean J. Food Culture. 20(5):574-583

Song E (2006) A study on the effect of the Well-being awareness on the satisfaction of university domitory food service. Korean Home Economics Assoc. 44(11):161-170

Yoo HJ. 2004. Consumer consciousness toward Well-being trend and Well-being behaviors. Journal of life science. 15(2):261-274

Yoo HJ (2006) Consumer consciousness toward well-being trend and well-being behaviors. Korean Living Sci Assoc. 15:261-274

2010년 4월 5일 신규논문접수, 6월 15일 수정논문접수, 6월 23일 수정논문접수, 6월 24일 채택