creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

생활과학박사학위논문

소비자와 공급자 관점에서 본 지속가능한 급식 연구

Study on sustainable institutional foodservice from consumers′ and providers′ perspectives

2012년 8월

서울대학교 대학원
식품영양학과
김 소 영

소비자와 공급자 관점에서 본 지속가능한 급식 연구

지도교수 윤지현

이 논문을 생활과학박사학위논문으로 제출함

2012년 4월

서울대학교 대학원
식품영양학과
김소영

김소영의 박사학위논문을 인준함

2012년 6월

위 원 장 _____(인)
부위원장 _____(인)
위 원 _____(인)
위 원 _____(인)
위 원 _____(인)

국문초록

현대인의 식생활에서 차지하는 급식의 중요성과 환경에 미치는 이의 영향력을 고려할 때 급식산업에 있어 지속가능한 발전은 더욱 큰 의미를 지닌다. 이에 본 연구에서는 소비자와 공급자의 관점에서 접근한 지속가능한 급식에 대한 기초연구를 통하여 국내 지속가능한 급식의 현황과 활성화 방안을 파악하고자 하였다. 본 연구는 크게 두 부분으로 구성되었다. 첫 번째 부분은 계획행동이론을 바탕으로 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 이용의도를 파악하였으며, 두 번째 부분은 통합연구방법을 적용하여 지속가능한 급식에 대한 공급자로서 위탁급식업체 'A'사의 사례를 다루었다. 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 이용의도를 파악하기 위하여, 최근 3개월 이내 대학교 및 산업체 급식을 이용한 경험이 있는 20대~50대 소비자를 대상으로 2011년 10월 21일부터 27일까지 온라인 설문 조사를 실시하였다. 총 978명로부터 설문에 대한 응답을 수집하였고, 이 중 월평균 산업체 급식을 5회 이상 이용한 소비자 총 548명(70%)의 설문 결과를 분석에 사용하였다. 연구 결과, 소비자들은 지속가능한 급식의 필요성은 높게 인식하고 있으나, 지속가능성에 대한 개념적 이해나 의식수준은 상대적으로 낮은 것으로 파악되었다. 지속가능한 급식의 장애요인으로는 '급식업체의 노력 부족'과 '급식업체와 소비자 사이의 커뮤니케이션 부족'이 상대적으로 높게 평가되었다. 소비자의 66%가 지속가능한 급식에 대한 추가지불의사를 보였으며, 이들의 평균 추가지불의사금액은 기준가격(4,000원)의 약 21%에 해당하는 820원으로 조사되었다. 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도는 수정된 계획행동이론의 확장모형으로 가장 잘 설명이 되었으며, 소비자의 이용의도에 미치는 요인의 영향력은 윤리적 규범, 주관적 규범, 태도, 지각된 행동통제의 순으로 확인되었다. 또한 주관적 규범은 지각된 행동통제를 매개로 소비자의 이용의도에 영향을 미치는 것이 새롭게 확인

되었다. 소비자의 식생활 관련 특성인 건강한 또는 친환경 식생활의 실천수준은 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 이용의도 전반에 걸쳐 인구통계학적 특성에 비해 더욱 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 지속가능한 급식에 대한 위탁급식업체 'A'사의 사례 조사에는 양적·질적 연구를 결합한 통합연구방법이 적용되었다. 양적 연구를 위해서는 위탁급식 사례업체에 종사하는 만 1년 경력 이상의 산업체 급식소 영양사 총 362명을 대상으로 2011년 12월 15일~2012년 1월 30일의 기간 동안 온라인 설문 조사를 실시하였고, 이 중 성실한 응답을 보인 총 202명(56%)의 설문 결과를 분석에 사용하였다. 질적 연구를 위해서는 위탁급식 사례업체의 관련자 각각 6명과 2명을 대상으로 2012년 5월 중 표적집단면접과 일대일 심층면접을 실시하였다. 연구결과, 영양사들은 지속가능성 및 지속가능한 발전에 대한 용어상 개념에 낯선 반응을 보였으나 관련 내용은 이해하는 것으로 보였다. 또한 지속가능한 급식에 대한 필요성은 인식하고 있었으나 이에 대한 의식수준은 소비자의 의식수준보다 유의적으로 낮은 것으로 확인되었다. 영양사들은 급식이 경제에 미치는 영향은 크게 인식하고 있었으나, 사회 및 환경에 미치는 영향에 대한 자각은 대부분 결여되어 있었다. 지속가능한 급식에 대한 장애요인으로는 '정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재'와 '소비자의 인식 부족'을 상대적으로 크게 인식하고 있었으며, 면접조사를 통하여 비용 및 업무에 따르는 추가부담 또한 큰 장애요인으로 작용하고 있음을 확인할 수 있었다. 현행 급식가격을 4,000원으로 가정한 경우, 영양사 대부분(88%)이 급식의 평균 적정가격으로 현행가격보다 약 32% 높은 5,270원을 예상하였다. 위탁급식 사례업체가 현재 지속가능한 급식을 위해 실천하고 있는 활동들은 현실적인 필요에 따라 단기간에 가시적인 성과를 이룰 수 있는 활동들을 중심으로 단편적으로 진행되고 있었으며, 이의 배경에는 경제적인 동인이 가장 크게 작용하고 있었다. 지속가능한 급식의 실천으로 인해 발생할 수도 있는 급식소 비용 증가나 운영 상 불편, 추가

업무부담 등의 장애요소를 극복하면서까지 이를 실천하겠다는 영양사의 의도는 상대적으로 낮게 평가되었다. 향후 지속가능한 급식을 위한 영양사들의 실천의도를 제고하기 위해서는 이의 목적 및 배경에 대한 충분한 지식과 정보를 공유하고, 현장에서 쉽게 적용할 수 있도록 세부 실천지침을 구체화할 필요성이 있는 것으로 나타났다. 또한 위탁급식 사례업체의 조직 내 동료와 상사의 의견은 지속가능한 급식에 대한 영양사들의 실천의도에 큰 영향을 미치는 것으로 파악되어, 향후 이러한 영양사들의 실천의도를 제고하기 위해 조직 내 수평적, 수직적 소통체계와 명령체계를 활용해야 할 필요성을 시사하였다. 또한 향후 지속가능한 급식을 활성화하기 위해서는 위탁급식업체의 단순한 노력뿐만이 아니라, 소비자와 위탁사, 공급업체와 지역사회 등 관련 이해관계자들의 긴밀한 이해와 협조가 요구됨이 강조되었다. 본 연구는 지속가능한 급식에 대한 국내 최초 연구로서, 향후 급식산업에 있어 지속가능한 발전의 실현을 위한 후속 연구 및 현실 방안을 모색하는데 중요한 기초자료를 제공할 것이다.

주요어: 지속가능한 급식, 행동의도, 위탁급식업체, 산업체 급식 계획행동이론

학 번: 2009-30423

목 차

국문초록 ····· i
목차 ····· iv
표 목차 ····· ix
그림 목차 ····· xi

제 1장. 서론 ····· 1
제 1절. 연구배경 및 필요성 ····· 1
제 2절. 연구목적 및 구성 ····· 5

제 2장. 문헌고찰 ····· 7
제 1절. 지속가능한 급식 ····· 7
1. 지속가능성의 개념 ····· 7
2. 지속가능한 급식의 개념 ····· 9
3. 지속가능한 급식의 영향 ····· 12
4. 지속가능한 급식의 이해관계자 ····· 15
제 2절. 지속가능한 급식에 대한 소비자 연구 ····· 18
1. 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식 및 행동의도 ····· 18
2. 그린·친환경 식품의 소비 현황과 소비자 인식 및 태도 ····· 20
제 3절. 지속가능한 급식의 실천 및 성과 ····· 23
1. 지속가능한 급식의 실천 ····· 23
1) 국내 현황 ····· 23
2) 해외 현황 ····· 24

2. 지속가능한 급식의 성과 ····· 31
제 4절. 계획행동이론(Theory of Planned Behavior: TPB) ····· 33

제 3장. 연구 1: 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식 및 이용의도 ····· 40

제 1절. 연구목적 ····· 40
제 2절. 연구방법 ····· 42
1. 연구모형 및 가설 ····· 42
2. 조사대상 및 기간 ····· 45
3. 조사내용 및 방법 ····· 48
1) 신념체계의 측정 ····· 51
2) 선행요인 및 이용의도의 측정 ····· 52
3) 추가 잠재요인의 측정 ····· 52
4. 자료 분석 ····· 57
1) 측정변수들의 기술 통계량 ····· 57
2) 측정모형 분석 ····· 68
3) 구조모형 분석 ····· 74
제 3절. 결과 및 논의 ····· 77
1. 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식 및 이용의도 ····· 77
1) 소비자의 지속가능성 개념에 대한 인식 ····· 77
2) 소비자의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성 ····· 78
3) 소비자가 인식하는 지속가능한 급식 실현의 장애요인 ····· 81
4) 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도 ····· 83
5) 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사 ····· 85

2. 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도: TPB 모형 ····· 89
1) 지속가능한 급식의 이용의도에 대한 TPB 모형 ····· 89
2) 지속가능한 급식의 이용의도에 영향을 미치는 요인 ····· 91
3) 지속가능한 급식의 이용의도에 미치는 인구통계 및 식생활 관련 특성의 조절효과 ····· 100
4) 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 영향을 미치는 요인 ····· 105
제 4절. 요약 및 결론 ····· 107

제 4장. 연구 2: 지속가능한 급식에 대한 위탁급식업체 사례 112

제 1절. 연구목적 ····· 112
제 2절. 연구방법 ····· 115
1. 온라인 설문조사 ····· 115
1) 조사대상 및 기간 ····· 115
2) 조사내용 및 방법 ····· 116
3) 자료 분석 ····· 119
2. 표적그룹면접 및 일대일 심층면접 ····· 120
1) 조사대상 및 기간 ····· 120
2) 조사내용 및 방법 ····· 121
3) 자료 분석 ····· 122
제 3절. 결과 및 논의 ····· 124
1. 영양사의 지속가능성 개념에 대한 인식 ····· 124
2. 영양사의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성 ····· 127
3. 지속가능한 급식의 실천 ····· 130
1) 지속가능한 급식의 실천 활동 ····· 130

2) 지속가능한 급식의 실천의도 ····· 135
3) 지속가능한 급식 실천의 촉진요인 ····· 136
4) 지속가능한 급식 실천의 장애요인 ····· 142
5) 지속가능한 급식 실천의 성과평가 ····· 151
제 4절. 요약 및 결론 ····· 155

제 5장. 종합고찰 및 제언 ····· 160
제 1절. 종합고찰 및 결론 ····· 160
제 2절. 제언 ····· 169
1. 지속가능한 급식의 활성화를 위한 제언 ····· 169
1) 위탁급식업체 측면 ····· 170
2) 소비자 측면 ····· 172
3) 기타 이해관계자 측면 ····· 173
2. 후속연구를 위한 제언 ····· 175

참고문헌 ····· 177

부록 ····· 193
부록 1. 지속가능한 급식에 대한 소비자 온라인 설문 내용 ····· 194
부록 2. 지속가능한 급식에 대한 위탁급식 사례업체의 영양사 온라인 설문 내용 ····· 206
부록 3. 지속가능한 급식에 대한 위탁급식 사례업체 FGI 프로토콜 ····· 216

표 부록 ····· 218
표 부록 1. 소비자 이용의도에 대한 조절변수의 확인적 요인분석 (n=548) ····· 219
표 부록 2. 소비자 이용의도에 대한 개별 잠재요인 측정모형의 확인적 요인분석(n=548) ····· 220
표 부록 2. 소비자 이용의도에 대한 개별 잠재요인 측정모형의 확인적 요인분석(n=548)(계속) ····· 221

Abstract ····· 222

표 목차

<표 1> SRA가 정한 지속가능한 외식과 관련된 14개 주요 항목 ····· 10
<표 2> 소비자 응답자의 특성(n=548) ····· 47
<표 3> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도 측정을 위한 설문문항 구성 및 출처 ····· 49
<표 4> 신념체계 요인별 측정문항 ····· 54
<표 5> 선행요인, 이용의도 및 추가요인별 측정문항 ····· 55
<표 6> 조절요인별 측정문항 ····· 56
<표 7> 신념체계 요인별 측정변수의 기술 통계량(n=548) ····· 61
<표 7> 신념체계 요인별 측정변수의 기술 통계량(n=548)(계속) ····· 62
<표 8> 선행요인 및 이용의도별 측정변수의 기술 통계량(n=548) ····· 64
<표 9> 추가요인별 측정변수의 기술 통계량(n=548) ····· 65
<표 10> 조절변수의 기술 통계량(n=548) ····· 67
<표 11> 전체 잠재요인을 포함한 측정모형의 확인적 요인분석(n=548) ····· 71
<표 11> 전체 잠재요인을 포함한 측정모형의 확인적 요인분석(n=548) (계속) ····· 72
<표 12> 전체 잠재요인을 포함한 측정모형의 타당성 평가(n=548) ····· 73
<표 13> 소비자의 지속가능성 개념에 대한 인식(n=548) ····· 78
<표 14> 소비자의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성(n=548) ····· 80
<표 15> 소비자가 인식하는 지속가능한 급식 실현의 장애요인(n=548) ····· 81
<표 16> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도(n=548) ····· 84
<표 17> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사(n=548) ····· 87
<표 18> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 미치는 영향요인 (n=548) ····· 88

<표 19> 소비자 이용의도에 대한 구조모형 비교 ····· 90
<표 20> 지속가능한 급식의 소비자 이용의도에 대한 가설검정(n=548) ····· 92
<표 21> 주관적 규범이 이용의도에 미치는 영향에 대한 지각된 행동통제의 매개효과 ····· 99
<표 22> 건강한 식생활 실천 수준에 따른 소비자 그룹 간 형태불변성과 측정불변성 검증 ····· 103
<표 23> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 건강한 식생활 실천수준의 조절효과(n=548) ····· 103
<표 24> 친환경 식생활 실천 수준에 따른 소비자 그룹 간 형태불변성과 측정불변성 검증 ····· 104
<표 25> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 친환경 식생활 실천수준의 조절효과(n=548) ····· 104
<표 26> 영양사 응답자의 특성(n=202) ····· 117
<표 27> FGI 및 일대일 심층면접 참가자별 특성 ····· 121
<표 28> FGI 주요 면접 내용 ····· 123
<표 29> 영양사의 지속가능성 개념에 대한 인식(n=202) ····· 124
<표 30> 영양사의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성(n=202) ····· 128
<표 31> 지속가능한 급식에 대한 소비자와 영양사 의식수준 및 필요성 비교 ····· 129
<표 32> 위탁급식 사례업체의 지속가능한 급식을 위한 실천 활동 ····· 130
<표 33> 위탁급식 사례업체의 사회공헌활동 ····· 133
<표 34> 지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도(n=202) ····· 135
<표 35> 영양사가 인식하는 지속가능한 급식 실현의 장애요인(n=202) ····· 143
<표 36> 지속가능한 급식의 적정가격(n=202) ····· 144

그림 목차

<그림 1> 연구의 구성 ····· 6
<그림 2> 지속가능성의 세 가지 기본 축 ····· 8
<그림 3> 레스토랑 녹색 실천행동(Green Practices: GP)의 개념적 틀 ····· 11
<그림 4> 식품과 환경에 대한 Double Pyramid ····· 13
<그림 5> 위탁급식업체와 위탁사의 관계 ····· 17
<그림 6> 계획행동이론의 기본모형 ····· 35
<그림 7> 계획행동이론의 확장모형 ····· 38
<그림 8> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도 연구의 개념적 틀
:계획행동이론의 확장모형을 바탕으로 ····· 42
<그림 9> 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 정의 및
대표 실천지침 예시 ····· 50
<그림 10> 구조방정식모형 분석절차 ····· 58
<그림 11> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사금액의 분포 ····· 87
<그림 12> 지속가능한 급식의 소비자 이용의도에 영향을 미치는 요인 ····· 91
<그림 13> 주관적 규범이 이용의도에 미치는 영향에 대한 지각된
행동통제의 매개효과 ····· 99
<그림 14> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 영향을 미치는
요인 ····· 106
<그림 15> 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 정의 및
대표 실천지침 예시 ····· 118
<그림 16> 위탁급식 사례업체의 Clean & Green 캠페인과 운영개요 ····· 132
<그림 17> 지속가능한 급식의 활성화를 위해 고려해야 할 위탁급식업체의
내부 및 외부 환경 ····· 169

제 1장. 서론

제 1절. 연구배경 및 필요성

외식산업에서의 지속가능한 발전은 인류의 생활 속에서 '식(食)'이 차지하는 중요한 위치와 산업 내 공급사슬(Supply Chain)을 통하여 외식업체들이 환경과 접하는 밀접한 관계로 인하여 여타 산업의 경우보다 더 큰 의미를 갖는다. 국내 외식산업의 규모는 2008년을 기점으로 64조원을 넘어섰고(한국외식연감, 2011), 학기 중 국민의 20%가 넘는 1,000만명 이상이 하루 한 끼 이상을 급식으로 먹는 것으로 추정되고 있으며(윤지현 등, 2012), 가구당 외식비는 전체 식료품 지출의 약 46%를 차지하며 꾸준한 증가세를 보이고 있다(통계청, 2008).

또한 외식산업은 복잡한 공급사슬의 내에 위치한 다양한 이해관계자들을 포함하므로, 공급사슬 각 단계에서의 의사결정과 활동들은 소비자와 기업은 물론, 지역사회와 전 세계 경제, 사회, 환경의 문제에 지대한 영향을 미칠 수 있다(IFMA Foundation, 2009). 특히 외식산업의 기반이라 할 수 있는 식품 공급(Food Supply)은 건축(Building), 수송(Transportation)과 더불어 지구 환경에 가장 많은 영향을 미치는 상위 세 분야로 분류되고 있으며(Baldwin 등, 2011; EC, 2006; EPA, 2009), 외식산업이 환경에 미치는 이러한 영향은 외식산업 내 방대한 식품의 유통 및 사용량을 고려해 볼 때 쉽게 짐작이 가능하다.

1972년 로마클럽(Club of Rome)에 의해 발표된 '성장의 한계(The Limits to Growth)'는 18세기 산업화에 의해 급속하게 진행되어 온 경제성장의 추세가 완화되지 않는 한, 생활환경과 자연생태계의 파괴로 인하여 인류의 생존이 위협받을 수 있다는 위기의식에 대한 범지구적인 공감대를 불러 일으켰고

(Meadows 등, 1972), 이러한 '한계'에 대한 인류의 위기위식은 '지속가능성(Sustainability)'이라는 대안에 대한 전 세계적인 관심을 촉발시켰다.

지속가능한 발전(Sustainable Development)의 개념은 세계환경개발위원회(World Commission on Environment and Development)가 1987년 우리들의 미래(Our Common Future)라는 보고서에서 "미래세대의 필요를 충족시킬 수 있는 능력을 저해하지 않으면서 현 세대의 요구를 충족시키는 발전"으로 정의하면서 처음으로 구체화되었다. 이후 1992년 유엔환경개발회의에서 환경적으로 건전하고 지속가능한 발전(Environmentally Sound and Sustainable Development)을 원칙으로 하는 리우선언이 채택되면서 전 세계적으로 지속가능한 발전의 이념이 전파되었고, 오늘날에는 21세기 인류가 지향해야 할 실천이념이라고 할 만큼 지속가능성을 고려하는 것이 전 산업 분야에 걸쳐 새로운 패러다임으로 정착하였다.

급식과 상업적 외식을 포함하는 외식산업에서도 최근 2~3년 전부터 미국과 영국을 중심으로 지속가능한 외식의 실현을 위한 구체적이고 통합적인 노력들이 이루어지고 있다. 지속가능한 외식이란 조직의 운영에 있어 경제성뿐만 아니라 사회와 환경에 미치는 영향을 관리하기 위한 노력을 통하여 지속가능성을 적극 실현하고자 함을 의미하며(SRA, 2010), 기존의 그린(Being Green)보다 광의의 개념으로 정의되고 있다(Sustain, 2010).

미국의 Green Seal(GS), Green Restaurant Associations (GRA), International Facility Management Association Foundation (IFMA Foundation)과 영국의 Sustain: The alliance for better food and farming (Sustain), Sustainable Restaurant Association (SRA) 등 관련 단체들은 외식산업의 지속가능한 발전을 위해 노력해야 할 실천지침들을 마련하고, 이의 실행수준을 평가할 수 있는 기준을 개발하며, 일정 수준을 도달할 경우 인증을 수여하는 등의 활동을 펼치고 있다.

아시아 국가들에서는 아직까지 미국이나 영국에서와 같은 지속가능한 외식을 위한 통합적인 움직임은 보이지 않는다. 그러나 일본의 경우 지산지소(地産地消) 운동이 활발히 전개되고 있으며, 중앙정부와 지차체 등 적극적인 행정적 지원 하에 단순히 지역에서 생산된 먹을거리를 지역 내에서 소비한다는 차원을 넘어, 농산물의 안전성 확보, 이동거리 축소에 따른 에너지 사용의 절감, 지역농업 및 지역사회의 활성화, 수입농산물에 대한 국내산 농산물의 경쟁력 제고 등에 기여하며 '지속가능한 성장'을 가능하게 하는 사회 시스템으로 정착하고 있다(정만철, 2010).

국내에서는 2010년 4월 농림수산식품부 등 9개 중앙부처가 참여해 "음식이 세상을 바꾼다"라는 표제 하에 <식생활교육 기본계획>을 발표하면서 범정부적, 범국민적인 녹색식생활교육운동을 추진하는 등의 노력을 기울이고 있다(음식이 세상을 바꾼다, 2010). 그러나 이는 소비자측면에서의 지속가능한 소비를 고무하기 위한 노력에 가까우며, 미국이나 영국의 선진 사례에서처럼 국민 식생활의 상당 부분을 차지하고 있는 공급자측면에서의 외식산업의 지속가능성을 체계적으로 관리하고 통제하려는 노력은 여전히 부족한 실정이다.

전 세계적으로 외식산업에 있어 지속가능성과 관련된 이슈에 대한 체계적인 연구가 시작된 것은 불과 몇 년 전부터이고, 국내에서는 관련 연구가 거의 전무한 실정이다. 이는 '식(食)'을 취급한다는 점에서 유사한 식품 소매업(Food Retailing)과, 외식산업과 더불어 호스피탤리티 산업(Hospitality Industry)의 범주에 포함되는 관광 및 호텔 산업에 있어 지속가능성과 관련된 연구가 활발히 진행되고 있는 것과는 사뭇 대조적이다.

그러나 외식산업에 있어 지속가능한 발전을 위한 노력이 가져온 성과를 다룬 몇몇 선행연구들은, 이러한 노력을 기울여 온 외식업체들의 경우 운영의 여러 측면에서 긍정적인 효과를 경험하고 있는 것으로 보고하고 있다(GRA, 2009; IFMA Foundation, 2009; One Planet Dining, 2007; SRA, 2010). 이는

곧 외식산업 내 지속가능한 발전을 위한 노력을 통하여 외식업체들은 인류의 경제, 사회, 환경에 기여함은 물론, 갈수록 경쟁이 치열해지는 외식시장 내에서 새로운 기회를 창출할 수 있음을 시사해 준다. 특히 급식의 경우 상업적 외식에 비하여 시장의 규모는 작지만, 한 번에 다수의 소비자들을 대상으로 식사를 제공하기 위하여 대량생산을 해야 하는 특수성으로 인하여 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 경우 운영상 더욱 큰 효과를 기대할 수 있을 것으로 사료된다. 또한, 다수의 공급업체와 소비자 사이에 위치하는 급식업체의 전략적 포지셔닝은 급식산업의 전체 공급사슬 내에서 지속가능한 발전을 위한 노력을 확산시키는 데 더욱 유리하게 작용할 수 있을 것으로 기대되는 바, 지속가능한 급식에 대한 연구는 더욱 큰 의미를 지닌다고 할 수 있다.

제 2절. 연구목적 및 구성

본 연구는 소비자와 공급자 관점에서 접근한 지속가능한 급식에 대한 연구로서, 산업체 급식을 이용하는 소비자를 대상으로 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 행동의도를 조사하고 공급자인 위탁급식업체를 대상으로 지속가능한 급식에 대한 사례를 파악함으로써, 향후 국내에서 지속가능한 급식의 활성화를 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

본 연구는 <그림 1>과 같이 크게 두 부분으로 구성되었다. 첫 번째 부분은 소비자 관점에서의 지속가능한 급식에 대한 연구로서, 계획행동이론(Theory of Planned Behavior, TPB)(Azjen, 1991)을 바탕으로 한 온라인 설문조사를 통하여 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 이용의도를 파악하고자 하였다.

두 번째 부분은 공급자 관점에서의 지속가능한 급식에 대한 연구로서, 양적·질적 연구의 혼합 접근방법의 순차적 설명전략(Creswell, 2011)을 사용하여 지속가능한 급식에 대한 위탁급식업체 'A'사의 사례를 파악하고자 하였다. 즉 양적 연구를 주된 방법으로 우선 시행하되 양적 연구의 결과를 바탕으로 이를 보완할 수 있는 질적 연구를 부차적으로 수행함으로써, 양적 연구의 결과를 재확인하고 이에 드러나지 않은 결과의 추가적 함의를 발견하고자 하였다. 양적 연구를 위해서는 위탁급식 사례업체에 근무하는 영양사를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였고, 질적 연구를 위해서는 위탁급식 사례업체의 관계자들을 대상으로 표적집단면접과 일대일 심층면접을 실시하였다.

소비자와 공급자 관점에서 본 지속가능한 급식 연구
연구 1: 소비자 관점
지속가능한 급식에 대한
소비자 인식 및 이용의도
-계획행동이론의 적용-
연구 2: 공급자 관점
지속가능한 급식에 대한
위탁급식업체 'A' 사의 사례
-통합연구방법의 적용-
온라인 설문조사
조사대상 선정
(급식소비자)
설문지개발
온라인 설문 실시
자료분석
온라인 설문조사
조사대상 선정
(영양사)
설문지개발
온라인 설문 실시
자료분석
면접조사
조사대상 선정
(위탁급식업체 관계자)
면접도구개발
표적집단면접
일대일심층면접 실시
자료분석
지속가능한 급식의 활성화 방안

<그림 1> 연구의 구성

제 2장. 문헌고찰

제 1절. 지속가능한 급식

1. 지속가능성의 개념

지속가능성(Sustainability) 혹은 지속가능한 발전(Sustainable Development)이란 용어는 1987년 세계환경개발위원회(World Commission for Environment and Development, WCED)의 브룬트란트 보고서(Brundtland Report)에 “미래 세대의 필요를 희생시키지 않는 동시에 현 세대의 필요를 충족시키는 발전(Sustainable development is development that meets the needs of present without compromising the ability of future generations to meet their own needs)”으로 정의되면서 보편화되기 시작하였다. 그러나 이러한 지속가능성의 개념은 너무 추상적이고 부정확한 개념이라는 비판을 받아왔고, 따라서 이를 보다 정교하고 구체적으로 정의하려는 시도들이 이어져 왔다(김동수, 2008).

John Elkington은 1998년 그의 저서 'Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business'에서 기업 경영자들이 지속가능성을 보다 더 구체적으로 이해 할 수 있도록 지속가능경영(Sustainability Management)의 개념을 도출하였다. 이 개념은 <그림 2>에서와 같이 “기업의 모든 경영활동과정을 경제적 수익성, 환경적 건전성, 사회적 책임성의 세 가지 기본 축(Triple Bottom Line, TBL)의 관점에서 균형적, 통합적으로 고려하여 지속적으로 사업 가치를 추구하는 경영활동”으로 정의된다(Jeurissen, 2000).

<그림 2> 지속가능성의 세 가지 기본 축
(Triple Bottom Line: TBL)

권오성(2002)은 지속가능한 발전의 개념 정립에 대한 연구에서 지금까지 소개된 지속가능성에 대한 다양한 정의들을 분석하고, 일반적으로 모든 정의들이 경제, 사회, 환경적 차원에서 지속가능성의 개념을 이해하고 있음을 제시하였다. 즉 지속가능성의 개념을 이해하는 데에 있어 '3E'로 대변되는 경제(Economy), 사회적 형평성(Equity), 환경 또는 생태계(Environment or Ecology)을 통합적으로 인식하고 동시에 추구하는 것이 국제적인 추세이며, 이를 통해 현재와 미래세대 모두의 삶의 질을 향상시키고 사회후생을 증대시키는 것이 지속가능성의 궁극적인 지향점임을 설명하였다. 기존의 그린 또는 친환경성이 일반적으로 환경에 미치는 영향을 주로 고려한 개념임을 생각할 때(저탄소 녹색성장 기본법, 2012; Albino 등 2009; Elkington & Hailes, 1998; Shrum 등 1995), 지속가능성/지속가능한 발전은 이에 더하여 경제적 수익성 및 사회적 책임성까지 포함하는 보다 광의의 개념으로 이해할 수 있다.

2. 지속가능한 급식의 개념

본 연구목적인 지속가능한 급식에 대한 소비자의 인식과 이용의도를 파악하고 위탁급식업체의 관련 사례를 조사하기 위해서는 무엇보다도 지속가능한 급식의 개념과 범위에 대한 이해가 선행되어야 할 것이나, 이에 대한 보편적 정의는 아직 마련되지 않고 있다. 더욱이 외식의 한 분야로서 급식에 있어 지속가능성과 관련된 선행연구는 거의 부재한 실정이며, 보다 거시적 의미에서의 지속가능한 식품(Sustainable Food)과 급식 및 상업적 외식을 포함하는 지속가능한 외식(Sustainable Foodservice)과 관련된 선행연구들이 일부 진행되어 왔을 뿐이다.

식품 및 외식과 관련하여 지속가능성을 연구하고 있는 국외의 몇몇 단체들은 지속가능성에 대한 나름의 정의를 제시하고 있는데, 우선 영국의 Sustain(Sustain, 2010)가 제시한 지속가능한 식품에 대한 정의는 다음과 같다. 첫째 자국과 수입국가의 지속가능한 삶과 지역경제의 활성에 기여하고, 둘째 동식물의 다양성을 보호하고 천연자원의 훼손과 기후변화를 일으키지 않으며, 셋째 양질의 건강한 식품, 교육의 기회와 같은 사회적인 혜택을 제공할 것을 목적으로 생산. 가공, 판매되는 식품을 포함한다. 또한 더 나아가 지속가능한 식품 시스템(Sustainable Food System)을 인간을 포함한 모든 생명체의 건강과 복지를 증진시키고, 생활 및 직무환경을 개선하며, 사회와 문화를 풍요롭게 하고, 형평성을 향상시키는 것으로 정의하고 있다.

또한 영국의 Sustainable Restaurant Association(SRA, 2010)에서는 지속가능성을 비즈니스 운영에 있어 경제성뿐만 아니라 사회와 환경에 미치는 영향을 관리하는 것으로 보고, 지속가능한 외식이란 SRA에서 지정한 지속가능성과 관련된 14개 항목의 이슈와 활동들에 전념함으로써 이를 적극 실현하고자 노력하는 외식업체들로 정의하고 있다<표 1>.

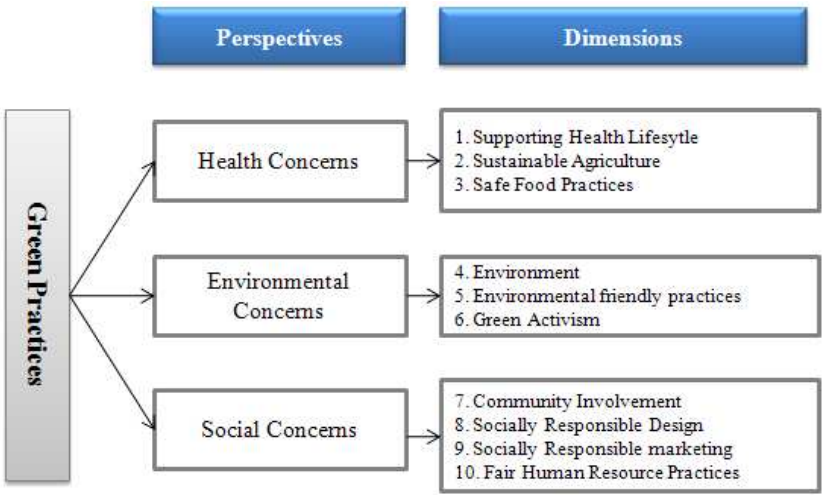
<표 1> SRA가 정한 지속가능한 외식과 관련된 14개 주요 항목

항목	SRA's 14 areas of sustainability
1	Local & Seasonal
2	Environmentally Positive Farming
3	Ethical Meat & Dairy
4	Sustainable Fish
5	Fair Trade
6	Supply Chain
7	Energy Efficiency
8	Water Saving
9	Waste Management
10	Workplace Resources
11	Healthy Eating
12	Community Engagement
13	Treating people Fairly
14	Responsible Marketing

영국의 Sustain(2010)은 식품 혹은 외식과 관련하여 지속가능성(Sustainability)을 그린(Being Green)보다 광의의 개념으로 정의하고 있으나, 여전히 많은 경우 '그린'이란 용어와 혼용되고 있음을 지적하였다. 즉 그린은 지속가능성에 긍정적인 기여를 할 수 있도록 설계된 제품과 서비스를 일컫는 협의의 개념이나, 지속가능성에 대한 편의상의 약식(Shorthand) 용어처럼 사용되고 있다. 반면 La Vecchia(2008)는 그린 푸드(Green Food)를 오가닉(Organic)하고 지속가능하며(Sustainable) 근거리(Local)에서 생산된 식품으로 정의하며, 역으로 지속가능성을 그린의 하위개념으로 사용하기도 하였다.

또한 그린을 지속가능성의 세 가지 기본 축(Triple Bottom Line)을 포함하는 지속가능성과 유사개념으로 본 연구도 있다. Choi & Parsa(2006)는 레스토랑의 녹색 실천행동(Green Practices)을 건강, 사회, 환경에 대한 관심에 따라

세 차원으로 구분하고 각각의 하위 항목들을 구성한 개념적 틀을 도출하였으며<그림 3>, Dutta 등(2008)은 이러한 녹색 실천행동은 레스토랑의 비즈니스를 지속가능하게 하고 이해관계자들과의 조화로운 관계를 유지하기 위해 필요한 조건으로 정의하였다.



<그림 3> 레스토랑 녹색 실천행동(Green Practices)의 개념적 틀(Choi & Parsa, 2006)

일반적으로 급식은 "산업체, 학교, 병원 등의 조직에서 조직 본연의 목적 달성을 지원하기 위한 부가서비스의 일부로 제공되는 식사 또는 이러한 식사를 제공하는 조직적 행위"를 의미한다(윤지현 등, 2012). 앞서 살펴본 바와 같이, 전 세계적으로 보편타당하게 받아들여지고 있는 지속가능한 급식에 대한 개념은 아직까지 부재한 실정이다. 그러나 본 연구의 전반에 걸쳐 사용될 지속가능한 급식은 기존의 급식 개념을 이해하는 데 있어 권오성(2002)과 Sustain(2010), SRA(2010) 등이 주장한 바와 같이 경제, 사회, 환경의 3가지 차원을 동시에 고려한 것으로 기존의 그린 혹은 친환경 급식보다 광의의 개념을 의미한다.

3. 지속가능한 급식의 영향

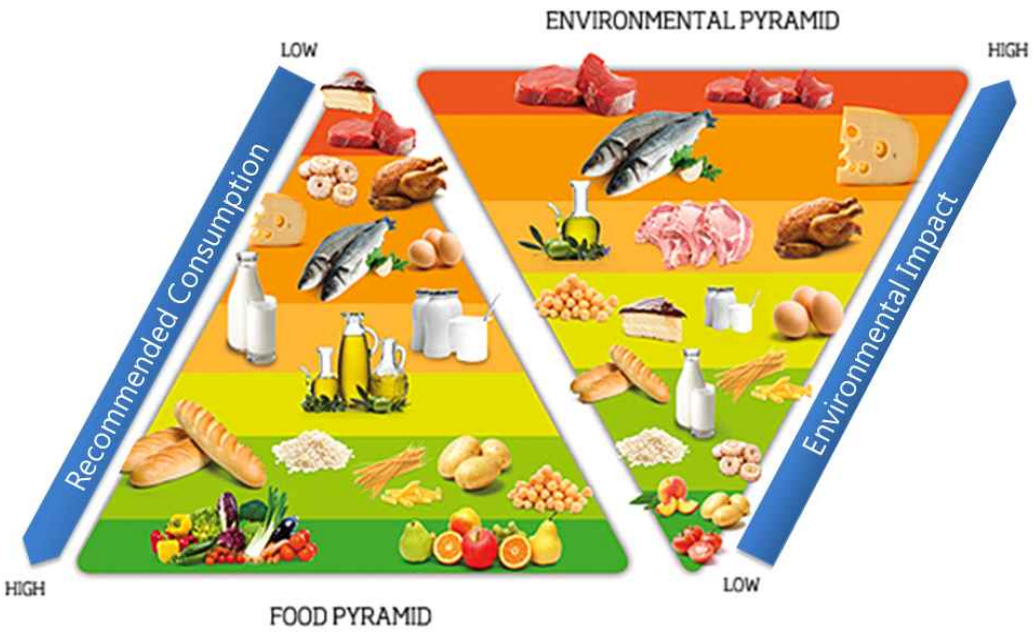
급식은 균형된 식사로 국민의 영양 및 건강증진에 기여함은 물론 대량생산을 통해 자원의 효율적이고 경제적인 활용을 가능하게 하며 소외계층을 대상으로 한 경우 사회복지에 기여하는 등 급식 수혜자는 물론 경제, 사회 전반에 걸쳐 미치는 영향이 크다(윤지현, 2012). 또한 급식산업의 기반이라 할 수 있는 식품 공급(Food Supply)은 건축(Building), 수송(Transportation) 분야와 함께 지구 환경에 영향을 미치는 상위 세 분야로 분류되며(Baldwin, 2010; EC, 2006; EPA, 2009), 지구 온실가스 방출의 약 30%를 차지하고 있다(Bellarby 등, 2008). 따라서 대량생산을 특징으로 하는 급식산업 내에서 정기적으로 유통되는 다양한 식품의 사용량을 고려해 볼 때 급식이 환경에 미치는 영향은 쉽게 짐작가능하다.

국내 급식시장의 규모는 2010년 기준 약 10조원으로 추정되며, 지난 10년간 약 2.5배에 달하는 급속한 성장을 달성하였다. 급식산업의 급속한 성장과 더불어 나타난 급식업체의 양적 증가와 상호 경쟁의 심화, 그리고 식품이 환경에 미치는 영향에 대한 사회적 관심의 증가는 급식산업에 있어 지속가능한 발전의 필요성을 잘 설명해 준다. 세계 최대의 급식전문기업이라고 할 수 미국의 ARAMARK이 환경에 대한 비영리 연구단체인 International Facility Management Association Foundation(IFMA Foundation)와 함께 급식을 포함한 외식산업에 있어 지속가능한 발전의 실천을 위한 가이드라인을 마련하고 이의 활성화를 위해 노력하는 것도 유사한 맥락에서 이해할 수 있다.

Baldwin 등(2011)은 전 과정 평가(Life Cycle Assessment, LCA)을 적용하여 급식을 포함한 외식산업이 환경에 미치는 영향을 평가하였다. 전 과정 평가란, 제품과 서비스 생산의 투입 및 산출에 이르는 전 과정 동안 발생하는 환경에 대한 영향을 정량화하여 평가하고, 이에 대한 대응책을 모색하기 위해

개발된 평가방법을 의미한다(유영준, 2002). 급식을 포함한 외식의 전 과정을 구매, 저장, 생산, 서비스의 4단계로 구분하고 각 단계별로 환경에 미치는 영향을 평가한 결과 구매 단계에서 인류의 건강, 생태계, 자원 측면에 미치는 영향이 월등히 큰 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 서비스, 생산, 저장의 순으로 조사되었다.

특히 급식을 포함한 외식에서 사용되는 다양한 식재료들은 식품군에 따라 온실가스 방출량의 차이가 크다. <그림 4>는 식품과 환경의 관계를 고려하여 개발된 Double Pyramid 모형(Barilla Center for Food and Nutrition, 2010)으로, 이는 잘 알려진 '식품 Pyramid' 모형 내에 위치한 식품들을 CO_2 발생량에 근거하여 '환경 Pyramid'로 재분류하고 '식품-환경간의 관계'를 쉽게 파악할 수 있도록 통합된 두 개의 Pyramid로 표현한 것이다.



<그림 4> 식품과 환경에 대한 Double Pyramid
(Barilla Center for Food and Nutrition, 2010)

‘Double Pyramid’에서 직관적으로 알 수 있듯이 식생활에서 소비가 권장되는 식품군인 과일이나 곡류가 환경에 미치는 영향은 낮은 반면, 식생활에서 소비의 절제가 요구되는 식품군인 붉은 살 고기류는 환경에 미치는 영향이 큰 것을 알 수 있다. 이는 ‘건강과 환경에 대한 고려’라는 식생활에 있어 중요한 두 가지 목표가 분리된 별개의 개념이 아닌 서로 양립될 수 있는 개념이며, 따라서 통합된 단일 식생활 모형으로 구현될 수 있음을 시사해 준다. Carlsson-Kanyama & Gonzalez (2009)는 실제 식단의 예를 들어 식물성 식품의 사용을 늘리고 동물성 식품 선택에 신중을 기하며 에너지 효율이 높은 조리방식을 선택함으로써 영양가를 저해하지 않고도 환경에 미치는 영향을 줄일 수 있음을 증명해 보이기도 하였다.

이렇듯 식생활에서 있어 건강과 환경과의 밀접한 관계는 그 간의 여러 선행연구에서도 제시되어 왔으며, 이는 로컬 식품의 구매 및 유통 등을 통하여 지역사회의 발전과도 연결되어 있음이 시사되어 왔다(Duchin, 2005; Hamm, 2008; Vermeir & Verbeke, 2006). 또한 Baldwin(2011)은 그의 저서 'Sustainability in the Food Industry'를 통하여 외식업체는 식품의 구매, 메뉴 계획, 쓰레기 절감, 음식물 쓰레기 처리, 재활용, 에너지 절감, 수자원 절약, 직원 및 고객 교육 등 운영 전반에 걸쳐 지속가능한 이슈와 밀접한 관련을 맺고 있으며, 이를 통해 궁극적으로는 경제, 사회, 환경의 발전에 기여할 수 있음을 설명한 바 있다.

4. 지속가능한 급식의 이해관계자

기업이 지속가능경영을 추진하는 데 있어 이에 영향을 미치는 다양한 이해관계자들의 요구와 관심을 파악하고 체계적으로 관리할 필요성은 지난 선행연구를 통하여 제시되어 왔다(조동성 & 산업정책 연구원 지속경영본부, 2007; 진윤정 & 안윤기, 2007; 이기훈, 2006). 특히 대기업에서 운영하고 있는 위탁급식업체의 경우, 더욱 다양한 이해관계자들과의 복잡한 관계를 형성하게 되므로 지속가능한 급식을 실현하는 데 있어 이해관계자들에 대한 전략적 대응이 더욱 중요하다고 할 수 있다.

위탁급식업체란 계약에 의거하여 위탁사의 인력배치, 시설투자, 구매, 생산 등에 이르는 급식의 운영 및 관리업무의 일부 또는 전부를 수탁하는 급식업체를 말한다. 2007년 기준 국내 위탁급식시장의 규모는 약 3.7조원으로, 약 7.4조원에 달하는 전체 급식시장의 50%를 차지하였다(양일선, 2011). 위탁급식시장은 아워홈, CJ 프레시웨이, 삼성에버랜드를 비롯한 대기업 계열 위탁급식업체 상위 8개사가 전체 시장의 약 80%를 점하고 있으며, 급식산업의 분야별로 볼 때 오피스, 공장, 관공서 등을 포함하는 산업체 급식의 위탁시장규모가 가장 크다(윤지현 등, 2012; 한국외식연감, 2011).

위탁급식업체의 규모에 따라 차이가 있겠으나 대기업 계열 위탁급식업체의 경우 200~800여개의 급식소를 운영하고 있으며, 일일 10만~100만식을 생산하고 있다(한국외식연감, 2011). 위탁급식업체들은 지리적으로 산재해 있는 다수의 급식소를 효율적으로 관리하고 신속한 의사결정 및 대응을 위하여, 이를 지역단위로 구분하고 각 지역의 운영을 책임지는 지사장, 영업소장, 지역별 지점장 및 개별 급식소의 관리책임자이자 영양사인 지점장에게 권한을 위임하는 분권조직을 형성하고 있는 것이 특징이다.

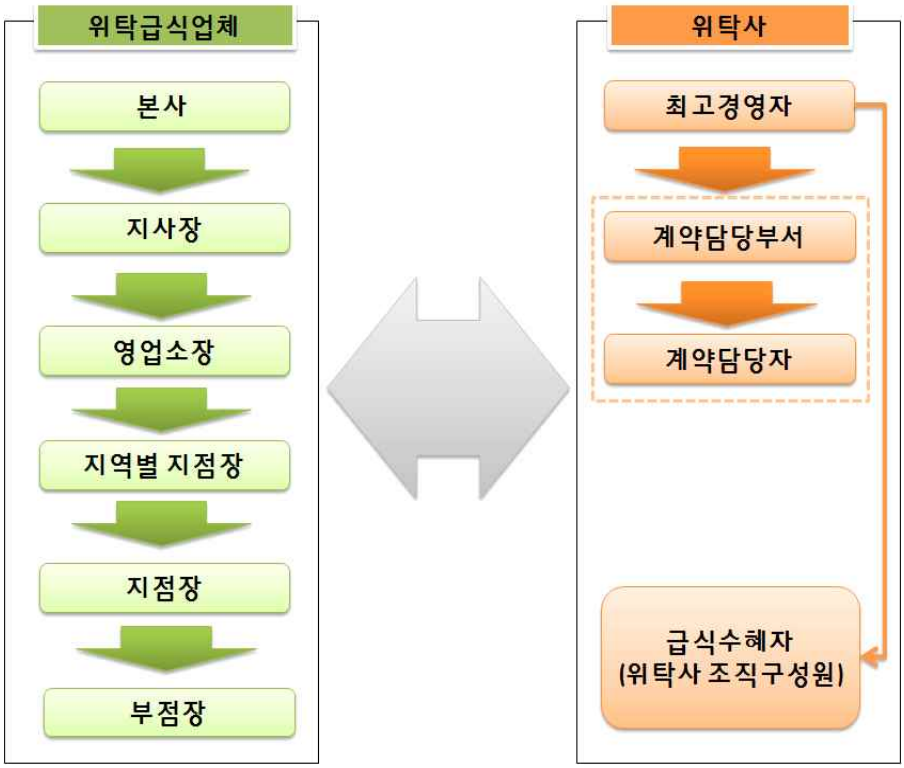
이기훈(2006)은 지속가능경영에 있어 정당성과 영향력을 보유한 핵심적 이

해관계자로서 주주 및 경영진, 임직원, 고객, 협력업체 및 공급사 등을 들었으며, 지역사회와 시민단체를 향후 정당성과 영향력이 강화될 가능성이 있는 규범적 이해관계자로 선정하였다. 위탁급식업체에 있어서도 이러한 이해관계자들의 정당성과 영향력이 그리 다르지 않을 것으로 보이나, 특히 위탁급식업체에 있어 '고객'은 계약을 체결하는 당사자인 '위탁사'와 실질적인 급식 수혜자인 '위탁사의 조직구성원'들을 포함하는 특수한 개념임을 주목해야 할 것이다.

위탁급식업체와 위탁사는 계약에 의거한 관계로 실제 계약을 주관하는 위탁사의 부서와 담당자 그리고 최고 의사결정권자의 의지와 판단에 따라 위탁급식업체와의 초기계약 및 재계약이 결정될 수 있다. 따라서 위탁급식 계약을 수주하는 데 있어 위탁급식업체 자체의 역량, 급식 수혜자들의 만족도 등도 중요하겠으나, 위탁사의 관계도 이에 큰 영향을 미치게 된다. 엄영람 & 류은순 (2003a)의 연구에서 위탁급식업체들이 급식소 운영에 있어 가장 난제 중 하나로 '위탁사 관리'가 선정된 것은 이와 같은 관계 관리의 중요성을 잘 뒷받침하는 결과라 할 수 있다. 위탁급식업체와 위탁사와의 관계는 <그림 5>와 같이 도식화 할 수 있다.

위탁급식업체 내에서 고객인 '위탁사'와 '급식 수혜자' 들과 관계를 형성하는 데 있어 가장 핵심적인 역할을 하는 급식소를 중심으로 한 조직은 관할지역의 규모에 따라 지사장, 영업소장, 지역별 지점장으로 구성되며, 그 아래로 관할지역 내에 위치한 급식소를 담당하는 관리영양사인 지점장과 부지점장들이 속해 있다. 대체로 위탁급식업체의 본사와 지사장은 위탁사의 최고경영진과 입찰 및 계약 조건 등에 관한 협의를 담당하고, 계약이 체결된 후 영업소장은 위탁계약 담당부서 그리고 지점장과 부지점장은 위탁계약 담당자와 구체적인 업무를 협의하며 상호 관계를 구축하게 된다(이충수, 2003).

위탁급식의 품질을 유지하기 위해서는 쌍무계약의 기본적 성격에 따라 위탁사와 위탁업체 간의 공정하고 합리적인 위탁급식계약이 체결되어야 함이 지난



<그림 5> 위탁급식업체와 위탁사의 관계(이충수, 2003)

선행연구(현성원, 2002; 엄영람, 류은순, 2003a)에서 제기된 바 있다. 그러나 위탁급식에 대한 위탁사의 지식과 정보가 풍부해지고 위탁급식업체의 양적증가로 인해 시장 내 경쟁이 치열해 지면서, 계약에 있어 점차 위탁사가 유리한 위치를 점하게 되었고 위탁급식업체는 불리한 조건에도 계약을 체결하고 손해를 감수하면서까지 운영을 해야 하는 사례가 늘고 있는 추세이다(신장수, 2008; 한국외식연감, 2011).

제 2절. 지속가능한 급식에 대한 소비자 연구

1. 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식 및 행동의도

지속가능한 급식을 포함한 외식에 대한 연구가 시작된 것은 불과 2~3년 전부터이므로, 이에 대한 소비자 인식 및 행동의도를 조사한 연구는 아직 미흡한 실정이다. 영국의 Sustain: The alliance for better food and farming (Sustain)이 발간한 One Planet Dining: London's growing market for eating out sustainably (2007)이란 보고서에 따르면 지속가능성 이슈와 관련하여 급식을 포함한 외식산업의 소비자와 공급자 사이에는 커뮤니케이션이 현저히 결여되어 있는 것으로 나타난다. 이는 '식(食)을 취급한다'는 공통점에도 불구하고 동일 이슈에 대한 소비자와 공급자사이의 커뮤니케이션이 활발하게 이루어지고 있는 식품 소매업(Food Retailing)과 큰 차이를 보인다.

식품 소매업의 경우, 소비자는 건강과 환경을 고려한 제품을 요구하고 이러한 요구에 따라 공급자도 지속가능성을 고려한 제품들을 적극 판매하려고 노력한다. 그러나 급식을 포함한 외식의 경우, 소비자들은 지속가능성 대한 니즈가 있음에도 불구하고 급식을 비롯한 외식업장은 지속가능성을 고려한 제품과 서비스를 요구할 장소가 아니라고 인식하고 있으며, 공급자들 역시 소비자들이 자신들의 업장에서 지속가능성을 기대할 리가 없다고 인식하고 있다. 또한 소비자들은 내식을 위한 식품 구매에 있어서는 지속가능한 식품을 사는 데에 관심이 높지만, 외식에 있어서는 원산지 등 지속가능한 식품의 사용 여부에 대한 의구심을 갖지 않는 경향이 있다. 영국의 Sustain은 One Planet Dining (2007) 보고서를 통하여 이러한 소비자와 공급자사이의 커뮤니케이션의 결여가 급식을 포함한 외식산업에 있어 지속가능성을 실현할 수 있는 기회를 상실하게 하는 요인이 되고 있음을 지적하였다.

또한 영국의 식품유통기구(Institute of Grocery Distribution: IGD)는 식품을 구매하는 소비자 중 65%가 지역농산물을 구입하거나 더욱 구매할 의사가 있고, 급식을 포함한 외식을 이용하는 소비자 중 75%가 로컬 푸드를 사용한 메뉴 특히 채소, 육류, 가금류의 메뉴를 구입하기를 희망하는 것으로 조사되어 식품 소매와 외식의 분야 모두에서 지속가능성을 실현할 수 있는 상당한 시장의 기회가 있음을 시사하였다(Padbury, 2006).

미국의 National Restaurant Association(NRA)의 2009년 Industry Forecast에 의하면 10명 중 6명 이상의 소비자가 급식을 포함한 외식업체의 환경을 위한 노력에 근거하여 이용을 선택할 의지가 있는 것으로 조사되었다. 또한 '그린' 스토어나 외식업체를 방문할 가능성을 묻는 질문에 소비자의 49%가 거리나 수고에 관계없이 방문할 것이고, 거리가 멀고 추가 노력이 필요하지 않다면 26%가 방문할 의사가 있는 것으로 조사되어 환경 친화적 노력을 기울이는 급식을 포함한 외식업체에 대한 소비자의 선호가 상당함이 확인되었다(SCA 2009).

Dutta 등(2008)은 상업적 외식업체의 녹색 실천행동을 건강, 사회, 환경에 대한 고려를 포함하는 지속가능성과 유사 개념으로 정의하고 미국과 인도의 소비자들이 가지는 이에 대한 성향을 비교하였다. 연구결과에 따르면 미국 소비자들(76%)이 인도 소비자들(66%)에 비해 상업적 외식업체의 녹색 실천행동의 적용에 의해 야기되는 3%이상의 추가 가격 부담을 더욱 기꺼이 지불할 의사가 있는 것으로 조사되었다. 또한 인도의 경우 전혀 추가 부담을 지불할 의사가 없는 소비자들(34%)과 12%이상의 높은 가격 부담을 기꺼이 지불할 의사가 있는 소비자들(45%)의 사이의 현저한 양극화 현상이 존재하는 것으로 나타났다.

반면 Choi & Parsa 등(2006)은 공급자측면에서 상업적 외식업체의 매니저들이 녹색 실천행동의 적용으로 인해 발생하는 추가비용 부담을 가격에 반영할

의사를 조사하였다. 연구결과에 따르면 외식업체 매니저들이 녹색 실천행동에 대해 긍정적인 태도를 갖고 있는 경우, 녹색 실천행동의 적용에 따르는 추가 비용 부담을 메뉴 가격에 포함하여 소비자들에게 전가하려 하지 않고 내부적으로 소화하려는 의지를 보이는 것으로 나타났다. 그러나 매니저들이 녹색 실천행동에 대한 긍정적인 태도를 넘어 이에 깊게 관여하고 있거나 강한 선호를 보이는 경우에는 소비자들 역시 이들 행동의 가치를 인정하고 추가 가격을 기꺼이 지불할 의사를 가질 것이라는 믿음에서, 메뉴 가격을 6% 이상 인상할 의지가 있는 것으로 조사되었다.

2. 그린·친환경 식품의 소비 현황과 소비자 인식 및 태도

지속가능한 급식을 포함한 외식에 대한 선행연구가 부족한 바, 이와 같은 맥락의 연구로 이해할 수 있는 그린·친환경 식품의 소비 현황과 소비자 인식 및 태도에 대한 연구를 살펴보았다.

1990년대의 연구들은 그린·친환경 상품에 대한 소비자들의 선호도와 실제 구매행동사이의 격차(gap)가 존재함을 지적하였다(Ellen, 1994; Morris 등, 1995; Walley & Whitehead, 1994). 즉, 사회와 환경에 대한 배려를 바탕으로 그린·친환경 상품들이 개발되었으나 이는 소비자들의 구매 행동을 자극하지 못했으며, 소비자들은 그린·친환경 상품의 가격 인상에 대한 수용의도를 보이지 않았다(Schrum 등, 1995). 그러나 최근의 연구에 따르면 전 지구적인 환경 문제가 심각해지면서, 한때 그린·친환경 상품들에 대한 추가 비용을 지불하기를 꺼려했던 소비자들이 점차로 이에 대한 지불의사를 보이는 것으로 조사되고 있다(Neff & Thompson, 2007).

영국의 시장조사 전문업체인 Mintel(2006)에 따르면 2002년에서부터 2006년까지 오가닉, 공정거래, 지역농산물을 포함하는 윤리적 식품(Ethical Food)에

대한 영국인들의 소비지출이 약 62% 증가한 것으로 나타났다. 또한 미국의 Green seal이 실시한 Green Buying Research(2009)에 따르면 미국의 경기 불황에도 불구하고 1000명의 응답자 중 과반수가 여전히 불황 전과 동일한 수준으로 그린·친환경 상품을 구매하고 있으며, 19%는 그린·친환경 상품의 소비를 오히려 늘린 것으로 조사되었다. 반면, 그린·친환경 상품의 소비를 줄인 경우는 응답자의 14%뿐이었다.

국내의 경우 이양순 등(2009)이 충남지역의 학교급식에 종사하는 영양(교)사들을 대상으로 한 조사에 따르면 전체 응답자 중 약 73%가 친환경 농산물을 사용하고 있으며, 학교급식에서 친환경 농산물 사용의 필요성에 대해서는 '적당히 사용해야 한다' 가 약 52%, '꼭 사용해야 한다' 가 약 34%로 과반수 이상이 그 사용의 필요성을 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 학교급식에서 친환경농산물 사용 시 피급식자의 반응도 약 65%가 '만족한다'로 응답하여 사용에 따른 효과가 긍정적인 것으로 나타났다.

안정희 & 강근옥(2006)은 서울, 경기도 및 충정도에 거주하는 주부들의 친환경 식품에 대한 인식 및 소비 형태를 연구한 조사에서 조사대상의 약 94%가 친환경 식품을 인지하고 있으며, 그 중 약 72%가 이를 사용하고 있음을 밝혔다. 그러나 가격에 대해서는 여전히 비싸다는 인식이 압도적이었으며(96%), 친환경 식품을 구입하고 있지 않은 가장 큰 이유도 가격 때문(44%)인 것으로 조사되었다.

이유시 등(2009)은 서울 지역 소비자들의 친환경 농산물 소비성향을 조사한 연구에서 조사대상의 약 90%가 친환경 농산물에 대해 알고 있으며, 약 77%는 친환경 농산물을 구입한 경험이 있는 것으로 보고하였다. 응답자들은 친환경 농산물의 구매여부와 관계없이 친환경 농산물의 영양적, 관능적 품질과 안전성을 높게 평가했으나 가격에 대한 만족도는 낮게 평가하여, 안정희 & 강근옥(2006)의 연구에서와 같이 가격이 친환경 농산물 구매의 장애요인임을 재확인

할 수 있었다. 그러나 친환경 농산물의 문제점으로 지적된 가격과 일부 품질 문제 개선 시 응답자의 약 93%가 이를 구입할 의사가 있는 것으로 조사되었고(이유시 등, 2009), 이와 유사한 고범석 & 고필석(2005) 등의 연구에서는 '친환경 농산물을 계속 구입할 의사가 있다'가 약 47%, '한번 구입해 보겠다'가 약 40%로 조사되어 친환경 농산물에 대한 국내 소비자들의 잠재 구매의도가 비교적 높음을 알 수 있었다. 전북지역의 주부를 대상으로 한 보다 최근의 연구에서는 소비자들의 건강과 윤리적 관심이 친환경 소비행동을 통해서 유기농 식품선택에 영향을 미치며, 이 경우 소비자들은 가격부담보다 유기농 식품의 가치를 보다 크게 이해하고 있는 것으로 보고되기도 하였다(유소이 & 윤하영, 2009).

제 3절. 지속가능한 급식의 실천 및 성과

외식의 한 분야로서 급식에 있어 지속가능성과 관련된 이슈는 비교적 최근에 시작된 연구주제로 이에 대한 선행 연구결과는 거의 부재한 실정이다. 지금까지 발표되어 온 지속가능한 활동 및 실천 내용들도 급식에 특화되기 보다는 급식과 상업적 외식을 아우르는 넓은 의미인 외식에서의 지속가능한 활동과 실천을 다루었다. 그러나 많은 경우 외식의 특정 영역에 관계없이 해당 내용들을 변용하여 적용할 수 있음을 명시하고 있다. 따라서 본 절에서도 미국, 영국, 일본 등 해외에서 현재 개발되어 적용 중인 지속가능한 외식의 실천 내용을 정리하고 이와 더불어 국내에서 진행 중인 유사 활동들에 대해서도 알아보고자 하였다. 또한 지속가능한 외식의 실천성과에 대한 내용들도 함께 정리하였다

1. 지속가능한 급식의 실천

1) 국내 현황

국내의 경우에는 2010년 4월 농림수산식품부 등 9개 중앙부처가 참여해 “음식이 세상을 바꾼다”라는 기치 아래 '식생활교육 기본계획'을 발표하고 범정부적, 범국민적인 녹색식생활교육운동을 추진하고 있다. 식생활교육 기본계획에서 정의하는 녹색식생활이란 "식품의 생산에서 소비에 이르는 전 과정에서 에너지와 자원의 사용을 줄이고, 영양학적으로 우수한 한국형 식생활을 실천하며, 다양한 식생활 체험을 바탕으로 자연과 타인에 대한 배려와 감사를 실천하는 식생활”을 말한다.

녹색식생활교육운동은 3대 목표로 음식물 쓰레기 등 환경적 부담을 완화하는 식생활, 성인병 증가로 인한 사회·경제적 비용을 최소화하는 식생활, 자연

과 농식품 생산자에 대해 배려와 감사하는 식생활의 확산으로 정하고, 3대 핵심가치로 환경, 건강, 배려를 설정하는 한편, (사)식생활교육국민네트워크를 통해 녹색식생활교육운동을 전국민 운동으로 확산시킬 예정이다(음식이 세상을 바꾼다, 2010).

그린, 친환경 혹은 지속가능한 급식을 포함한 외식의 기준 개발과 관련된 국내 연구로는 정은경 등(2010)의 녹색성장 개념을 적용한 음식점 평가지 개발에 관한 연구가 유일하다. 이는 외식업소에서 발생하는 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 방안으로 각 업소에서 자가진단을 할 수 있는 체크리스트를 개발하고 이를 활용해 실태조사를 실시한 연구이다. 연구에 사용된 체크리스트는 음식점에서 생산-소비-처리 단계에 따라 발생하는 음식물 쓰레기를 감소시킬 수 있는 방안과 관련된 세부 항목들로만 구성된 한계가 있다.

2) 해외 현황

(1) 미국

① Green Seal과 Green Seal Standards for Restaurants & Food services

1989년 창립된 미국의 Green Seal은 공급자, 기업, 소비자들로 구성되는 공급사슬의 전반에 걸쳐 자율적인 지속가능성의 구현을 목적으로 하는 비영리 조직이다. Green Seal의 비전은 녹색 경제(Green Economy)로서 이는 모든 생명체와 천연자원을 비롯한 지구의 환경이 보존되고 인간의 사회적 욕구와 형평성이 존중될 수 있도록 환경에 미치는 영향을 최소화하는 지속가능한 경제(Sustainable Economy)를 의미한다.

Green Seal은 제품, 서비스 그리고 조직의 운영에 적용할 수 있는 투명하고

객관적인 지속가능성 기준(Sustainability Standards)을 개발하고, 이 기준을 만족시키는 기업에 인증과 함께 Green Seal의 로고를 사용할 수 있는 권한을 수여하고 있다(Green Seal, 2009). 현재까지 Green Seal은 193개의 제품과 서비스 품목에 적용 가능한 30개의 기준을 보유하고 있다. 이 중 상업적 외식과 기타 외식업체의 지속가능성 평가 기준인 Green Seal Standard for Restaurants and Foodservices GS-46은 2009년 4월에 처음으로 마련되었고, 3개월 이상의 운영 경험이 있는 상업적 외식업체나 기타 외식업체를 대상으로 적용된다. 여기서 기타 외식업체란 풀 서비스(Full Service), 리미티드 서비스(Limited Service), 급식 등 비상업적 외식, 연회, 숙박시설 내 식음업체 등을 포함한다. 상업적 외식과 기타 외식업체의 지속가능성을 평가하는 Green Seal의 기준은 음식(Food), 쓰레기(Waste), 에너지(Energy)의 세 가지 주 영향 요소에 있어서의 개선 여부에 중점을 두며, 그 외 지속가능성과 관련된 조직의 운영 정책이나 성과, 사명감 등도 포함한다.

② Green Restaurant Associations와 Green Restaurant® 4.0 Certification Standards

1990년에 창립된 미국의 Green Restaurant Associations(GRA)는 외식공급사슬상의 제조업체, 물류업체, 상업적 외식과 기타 외식업체, 그리고 소비자들의 환경에 대한 책임의식을 제고하는 것을 목적으로 하는 비영리 조직이다. 여기서 기타 외식업체란 대학교 및 산업체 급식소, 베이커리, 연회 등 모든 외식업태를 포함한다. GRA는 외식업체에 환경과 관련된 컨설팅을 제공하며, 환경 평가와 그 결과에 따른 인증을 수여하고, 환경 관련 홍보 및 마케팅을 수행하는 것을 주 업무로 한다. 이 중 환경 평가는 GRA가 마련한 별도의 기준인 Green Restaurant® 4.0 Certification Standards을 바탕으로 이루어진다(GRA, 2009).

Green Restaurant® 4.0 Certification Standards는 적용 대상 및 경우에 따라 Restaurants, Sustainabuild™, Events의 3가지 형태로 구분되는데 각각의 특징은 다음과 같다. Restaurants은 상업적 외식 및 급식을 포함한 외식업체를 대상으로 하고 환경 평가에서 일정 점수 이상을 획득한 경우에 한해 인증을 수여하는 것이다. 평가 결과 총점이 100점 이상일 경우에는 별 2개(Two-Star Certified), 175점 이상일 경우에는 별 3개(Three-Star Certified), 300점 이상일 경우에는 별 4개(Four-Star Certified)의 그린 레스토랑(Green Restaurants®) 인증을 수여하며, 이 후 지속적인 개선 노력의 여부에 따라 인증을 갱신할 수 있게 된다. Sustainabuild™은 외식업체가 신축되거나 레노베이션이 진행되는 경우, Events는 단발성 연회일 경우 적용에 적합하도록 수정된 기준에 의해 평가하고, 그 결과 일정 점수 이상을 획득할 시에 인증을 수여한다.

③ International Facility Management Association Foundation과 How-to Guide 'Sustainability in the Foodservice Environment'

1990년에 창설된 미국의 International Facility Management Association Foundation(IFMA Foundation)은 교육과 장학제도, 관련 연구를 통하여 급변하는 환경에 대한 이해를 넓히는 것을 비전으로 하는 비영리조직이다. IFMA Foundation은 2009년 미국 외식산업을 선도하는 ARAMARK[1)]의 후원을 받아 재단에서 발간하는 Sustainability 'How-To Guide' Series 중 'Sustainability in the Foodservice Environment'에 대한 내용을 마련하였다(IFMA Foundation(2009).

이 Guide에서 지속가능성이란 사회적, 경제적 그리고 환경적 요소의 균형으로 언급되고 있고, 외식산업 내에는 근거리 구매, 쓰레기 관리, 에너지 보존, 녹색 시설 디자인 등에 이르기까지 무수히 많은 지속가능성의 이슈들이 서로

1) ARAMARK은 미국 필라델리아에 본사를 두고 있는 글로벌 외식전문기업이다. 세계 22개국에 진출해 있으며, 종업원 수는 약 260,000명에 이른다.

복잡하게 연관되어 있음을 지적하고 있다. 'Sustainability in the Food service Environment' Guide는 외식에 있어 지속가능성과 관련된 중요 쟁점을 개괄하고, 외식조직 내에서 적용할 수 있는 지속가능한 실천지침들을 제공할 목적으로 마련되었다. 또한 이는 외식에 있어 투입(Inputs), 운영(Operations), 산출(Outputs)의 기본 업무 흐름을 고려하여 작성되었으며, Guide에 포함된 Sustainability Checklists는 외식의 지속가능성과 관련한 실천 사항들을 나열한 것으로 책임감 있는 구매, 에너지의 효율적 사용, 쓰레기 감량, 소비자 교육, 녹색 빌딩에 이르는 5가지 주요 차원을 포함하고 있다.

(2) 영국

① Sustain: The alliance for better food and farming과 London Food Link의 Serving-up Sustainability

1999년 6월에 창립된 영국의 Sustain: The alliance for better food and farming(이하 Sustain)은 모든 인류와 생명체의 건강과 복지를 증진하는 식품 및 농업 정책을 옹호하고, 생활 및 작업환경을 개선하며, 사회와 문화를 풍요롭게 하고 형평성을 제고하는 것을 목적으로 한다. Sustain에 속한 런던 푸드 링크(London Food Link)는 지속가능한 식품에 관심을 갖는 개인 및 조직들의 네트워크를 운영하고, 런던의 모든 시민들이 건강하고 지속가능한 식품을 쉽게 접할 수 있도록 이의 수급을 원활히 하며, 런던의 다양한 식문화를 보호하기 위한 역할을 수행하고 있다(Sustain, 2010).

런던 푸드 링크는 런던의 푸드 시스템의 지속가능성을 향상시키기 위하여 수행된 프로그램의 일환으로서 Department for Environment, Food and Rural Affairs의 the Environmental Action Fund (EAF)와 European Regional Development Fund (ERDF)의 후원을 받아 진행되었다. 런던 푸드 링크가

2007년에 발간한 보고서인 One Planet Dining는 런던에 위치한 30여개의 외식관련 전문가들과의 인터뷰, 시장조사와 소비자 인터뷰 등을 바탕으로 작성되었으며, 런던 외식업계의 지속가능성에 대한 현황을 제시하고 향후 이를 더욱 발전시키기 위한 방안들을 제시하고 있다.

One Planet Dining (2007) 보고서에 따르면 아직까지 지속가능한 이슈에 대한 외식업체와 고객 사이의 커뮤니케이션이 절대적으로 결여된 것으로 조사되었다. 또한 지속가능한 외식을 실현하기 위해서는 소규모의 특화된 공급업체에게 의존해야 하는 경향이 있으므로, 이 경우 취약점이 될 수 있는 계약과 공급상의 문제를 극복하기 위해 푸드 유통 시스템(예: a London Sustainable Food Hub and a 'Local to London' brand)의 확립이 시급하다는 것을 지적하였다. 그러나 지속가능성을 실현하기 위해 나름의 노력을 기울여 온 외식업체들은 다양하고 인상적인 메뉴, 종업원의 자긍심과 충성도 등 여러 면에서 긍정적인 효과를 경험하고 있는 것으로 나타나, 지속가능한 외식의 실현은 시장의 새로운 기회가 될 수 있음을 시사하였다. 또한 런던 푸드 링크에서는 레스토랑의 지속가능성을 실현하기 위한 가이드인 Serving-up Sustainability를 통하여 주요 실천 지침을 제시하고 있다(Sustain, 2010).

② Sustainable Restaurant Association와 Sustainability Audit

2010년 3월에 창립된 영국의 Sustainable Restaurant Association(SRA)는 외식업체들이 지속가능성과 관련된 모든 이슈들을 유연하게 대처할 수 있도록 조언과 지원을 제공하는 것을 목적으로 하는 비영리 국가 조직이다. SRA는 지속가능성에 대한 영국 외식업체들과 소비자들의 니즈가 고조되고 있는 반면 이들에게 일관성 있는 지침과 지원을 제공할 수 있는 역할이 부재한 상황에서 모든 지속가능성에 대한 정보의 창구를 일원화한다는 취지에서 조직되었다. SRA에서 정의하는 지속가능성이란 비즈니스에 있어 경제성 뿐만 아니라 사

회와 환경에 미치는 영향을 관리하는 것이며, 지속가능한 외식란 SRA에서 지정한 지속가능성과 관련된 이슈와 활동들을 적극적으로 준수하는 외식업체를 의미한다(SRA, 2010).

SRA의 회원이 되기 위해서는 SRA의 행동강령(Charter of Actions)에 명시된 적어도 3가지 주요 행동지침(Three Key Actions)을 헌신적으로 따라야 하며, 각 주요 행동지침은 SRA에서 정의하는 3가지 지속가능성 항목인 구매(Sourcing), 환경(Environment), 사회(Society)에 포함된 것이어야 한다. 이때 3가지 주요 행동지침은 외식업체에서 기 적용된 바가 없는 새로운 것들이어야 하며, 이를 준수할 것을 서약하면 SRA의 회원 인증서를 발부 받을 수 있다. 또한 지속가능성이 꾸준히 적용될 수 있도록 하는 장치로서 회원 외식업체들은 매년 새로운 3가지 주요 행동지침을 준수할 것을 추가 서약할 경우에만 SRA 회원의 권리를 갱신할 수 있다.

SRA는 외식업체가 요청할 경우 지속가능성에 대한 감사를 수행하며, 그 결과에 따라 One-Star, Two-Star, Three-Star Sustainability Champion 인증을 수여하고 있다. 소비자들 역시 "Friends of the SRA"에 가입함으로써 SRA의 회원이 될 수 있으며, 이를 통해 영국의 외식업체들이 지속가능성을 실현하는데 동참할 수 있다. 또한 SRA는 지속가능성 이슈와 관련된 소비자 캠페인을 통하여 대중과 교감하며 내식 혹은 외식에 있어 소비자들이 더욱 지속가능한 식품 선택을 할 수 있도록 독려하고 있다(SRA, 2010).

(3) 일본

① 지산지소(地産地消) 운동

일본의 경우에는 공식적으로 지속가능성이란 기치 하에 이루어지는 조직적 활동은 찾아볼 수 없다. 그러나, 지산지소를 중심으로 식재 사용률을 증가시키며 궁극적으로는 저탄소 녹색성장에의 일조를 목적으로 하는 유사 활동들을 지속가능한 식품 혹은 외식의 맥락에서 이해할 수 있을 것으로 사료된다.

일본의 지산지소 운동은 1990년대 중반에 처음으로 등장하였고 2000년대 들어 정체된 지역농업의 활성화 문제와 환경문제로 인한 먹을거리의 안정성 문제가 심각해지면서 본격적으로 시작되었다. 지산지소(地産地消)란 말 그대로 '지역에서 생산된 것을 지역에서 소비한다'라는 뜻으로 산지(생산자)와 소비지(소비자), 즉 생산 현장과 식탁의 거리를 단축시키는 것을 의미한다(정만철, 2010).

특히 일본에서 학교급식을 시행하는 초·중·고등학교 중 94%가 지역 농산물을 사용하고 있으며, 생산자간 네트워크 구축을 통하여 양질의 지역 농산물의 안정적인 공급체계를 마련하기 위해 노력하고 있다(손황제, 2009). 또한 학교급식에서의 지역 농산물 사용은 2005년 제정된 식육기본법을 근거로 하는 '식생활교육추진 기본계획'에 따라 추진되고 있어 단순한 지역 농산물의 생산·소비 뿐 아니라 전통적 식문화에 대한 교육 및 지역사회 발전에 대한 기여의 의의를 내포하는 사회 시스템으로 정착하고 있다(정만철, 2010).

② 녹색등 달기운동

2005년 일본의 북해도에서 시작된 녹색등 달기 운동(녹색등롱, 2011; 박지연, 2009)은 정부나 특정단체 주관이 아닌 자발적으로 구성된 시민운동으로 상업적 외식업체에서 사용하는 모든 식재료 중 자국산 또는 지역산 식재를 사용하

는 비율이 열량을 기준으로 50%이상이면 해당 외식업체에 녹색등을 달 수 있도록 허가하는 제도이다. 이 허가를 취득한 상업적 외식업체는 2008년까지만 해도 70여개에 불과했으나 2009년 중반에는 일본 전국의 약 2000여개로 확대되는 성과를 보였으며, 최근 일본 소비자들이 외식브랜드를 선택할 때에도 중요한 기준으로 사용되고 있는 것으로 보고 되었다(박지연, 2009).

녹색등은 5개의 등급이 있으며 별의 숫자로 등급을 구분하여 표시하는데, 국산식재 사용률이 50% 이상 별 1개, 60% 이상 별 2개, 70% 이상 별 3개, 80% 이상 별 4개, 90% 이상이면 별 5개에 해당한다. 그러나 상업적 외식업체를 대상으로 하는 녹색등 달기 운동의 별도 심사 기준이나 사후관리를 위한 점검 절차는 마련되어 있지 않고, 고객의 추천이나 해당업체 경영주들의 자발적인 신청만으로도 참여가 가능하다.

2. 지속가능한 급식의 성과

급식이나 상업적 외식을 포함하는 외식업체들은 최소한 손익분기점 이상의 이익을 추구하는 조직이므로 지속가능한 발전의 실현을 위해 필요한 투자는 이에 따르는 추가 비용의 부담을 보상할 만큼의 직·간접적인 효과를 창출해야 한다.

지속가능한 발전을 위한 투자는 단시일 내에 가시적이고 직접적인 성과 및 효과 창출이 불가능할 수도 있으나, 장기적으로는 급식을 포함한 외식조직은 물론 이와 관계한 모든 이해관계자들에게 긍정적인 영향을 가져올 것으로 평가된다(Aragón-Correa 등, 2008; Bird 등, 2007; Nicolau, 2008). 즉 이러한 투자는 이타적인 동기에서 출발하는 경향이 있으나, 궁극적으로는 기업의 이미지를 향상시키고 이를 통해 소비자의 긍정적인 행동의도를 자극할 뿐 아니라 비용절감에도 기여하는 등 경쟁역량을 창출하는 것으로 보고되고 있다(조동성

& 산업정책 연구원 지속경영본부, 2007).

Baldwin 등(2011)은 급식을 포함한 외식업체가 Green Seal이 정하는 지속가능성 인증 기준 중 최하위 레벨인 브론즈 레벨 수준을 따를 경우에도, 조직의 운영으로 인해 발생하는 환경에 미치는 영향을 약 78%까지 감축할 수 있다는 시나리오를 제시하였다. 브론즈 레벨의 기준은 급식을 포함한 외식업체의 식품 구매 중 25%를 환경에 대한 책임의식을 바탕으로 구매하고, 음식물 쓰레기와 에너지 사용량을 각각 7%씩 감축하는 것을 포함한다. 이 경우 급식을 포함한 외식업체의 환경에 미치는 영향을 감축하려는 노력은 대부분 비용 중립적이거나 향후 추가 수익의 증대를 가져올 수 있는 잠재성을 지닌 것들로 장기적인 비전에서 볼 때 추가 비용으로 인한 손실은 없는 것으로 평가되었다.

또한 Green Restaurant Association(GRA)의 2009년 보고서에 따르면 급식을 포함한 외식조직의 사회적 책임 활동의 일환으로 추진되는 녹색 실천행동들은 새로운 고객을 창출하고 이해관계자들과의 관계를 공고히 하며 수익성을 향상시킴으로써 조직의 지속가능성에 크게 기여하는 것으로 나타났다. 따라서 식품안전, 직원교육 등 당면한 과제를 해결하는 것도 중요하지만 장기적인 관점에서 지속가능한 식품 시스템을 구축하려는 노력이 필요하며 이는 궁극적으로 소비자들의 만족도와 충성도를 제고하는 결과를 가져올 것으로 기대되고 있다.

제 4절. 계획행동이론(Theory of Planned Behavior: TPB)

계획행동이론(TPB)(Ajzen, 1991)은 인간의 행동을 예측하고 이해하는 것을 목표로 한다. 이는 Ajzen & Fishbein(1980)이 앞서 제안한 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA)에 지각된 행동통제(Perceived Behavioral Control)의 개념이 추가되어 확장된 이론이다. TRA는 그 간의 선행연구에서 인간의 행동을 설명하기 위해 사용되어 왔으며, Sheppard 등(1988)의 메타분석을 통해서도 그 설명력이 검증된 바 있다. 그러나 TRA는 인간의 행동이 스스로의 통제 하에서 실행될 경우를 가정하고 있어, 개인 간 행동 통제 능력에 차이가 있거나 행동을 실행에 옮기는 데 있어 촉진 또는 방해 요인 등이 존재하여 자신의 의지만으로는 완전히 통제하기 불가능한 행동을 설명하는 데에는 한계가 있다.

지각된 행동통제 개념이 추가된 TPB는 TRA가 가지는 이러한 한계를 보완하기 위해 도입된 이론으로 인간이 자율적으로 통제하기 어려운 행동들을 설명하는데 효과적으로 사용되어 왔다. 특히 TPB는 인간의 환경 친화적 행동을 효과적으로 설명할 수 있다는 사실이 여러 선행연구를 통하여 입증되어 왔다(Bamberg & Schmidt, 2003; Clark & Finely, 2005; Harland 등 1999; Heath & Gifford, 2002; Kaiser 등, 2005; Madden 등, 1992; Mannetti, Pierro & Livi, 2004). Robinson & Smith (2002)는 지속가능한 방법으로 생산된 식품 구매 의도에 미치는 영향요인을 파악하는 데 TPB가 유용하게 사용될 수 있음을 보여 주었으며, Han & Kim (2010)은 그린 호텔을 이용하는 소비자의 의사결정 과정을 파악하기 위한 연구에서 TPB가 TRA에 비해 더욱 우수한 설명력을 가짐을 증명하였다.

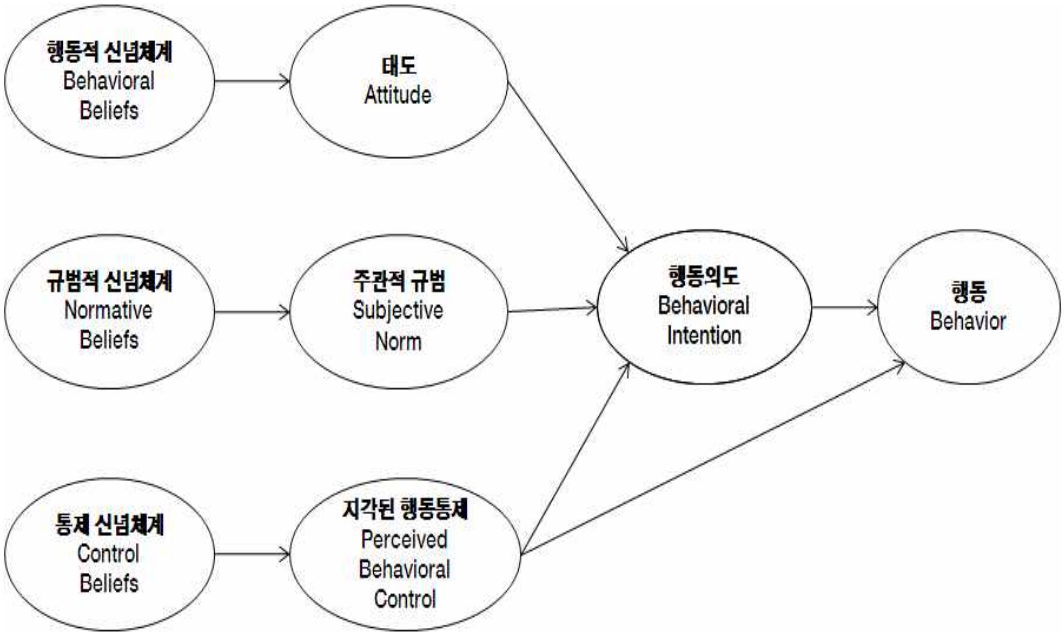
(1) 계획행동이론의 기본모형

계획행동이론(TPB)에서 인간은 행동에 대한 의사결정을 하는 데 있어 주어진 정보를 합리적이고 체계적으로 사용하며, 비용-편익 분석(Cost-Benefit Analysis) 과정을 통해 자신에게 보다 더 긍정적인 결과를 가져올 것으로 기대되는 대안을 선택하는 효용 극대화의 주체로 설명된다(Ajzen, 1991). 이 이론에 따르면 인간의 행동(Behavior)에 가장 직접적이고 긴밀한 영향을 미치는 결정인자는 행동을 수행하려는 의도(Intention)이며, 이 의도는 행동에 대한 태도(Attitude), 주관적 규범(Subjective Norm), 지각된 행동통제(Perceived Behavioral Control)란 세 가지 선행요인에 의해 결정된다. 또한 이 세 가지 선행요인들은 각각에 대응하는 신념체계인 행동적 신념체계(Behavioral Belief), 규범적 신념체계(Normative Belief), 통제 신념체계(Control Belief)에 의해 결정된다<그림 6>.

이 중 신념체계는 기대-가치(Expectancy-Value) 이론 즉 인간은 행동에 대해 자신이 기대하는 것과 그 기대가 가지는 가치를 곱한 만큼에 따라 행동한다는 이론을 반영한 것으로 행동적 신념체계는 행동적 신념(Behavioral Beliefs)과 결과평가(Outcome Evaluation), 규범적 신념체계는 규범적 신념(Normative Beliefs)과 순응동기(Motivation to Comply), 통제 신념체계는 통제 신념(Control Beliefs)과 통제요인의 영향력(Power of Control Factors)의 곱의 합에 각각 비례한다.

① 태도(Attitude: AT)

태도(Attitude, AT)란 인간의 특정 행동에 대한 긍정적 또는 부정적 평가, 즉 그 행동을 수행하는 것이(을) '좋은 것인지' 또는 '나쁜 것인지', '좋아하는지' 또는 '싫어하는지' 등 특정행동에 대한 개인적 평가 및 선호도를 반영하는 것을 의미한다. 다른 조건이 동일하다면 행동에 대한 태도가 긍정적일



<그림 6> 계획행동이론의 기본모형

수록 그 행동을 수행하고자 하는 인간의 의도가 커지게 된다.

태도는 행동적 신념체계(Behavioral Beliefs)에 의해 결정되는데, 이는 특정 행동의 결과에 대한 개인적 신념(Behavioral Beliefs, BB)과 행동 결과의 중요도에 대한 평가(Outcome Evaluation, OE)의 곱의 합($\sum BB_i OE_i$)에 비례한다 (Eq. 1). 전자는 특정 행동이 기대하는 결과를 가져올 것이라는 믿음에 대한 주관적 확률을 의미하고, 후자는 그 결과가 얼마나 중요하고 바람직한가에 대한 평가를 의미한다.

$$\text{Attitude(AT)} \propto \sum_{i=1} BB_i OE_i \quad \text{Eq 1.}$$

② 주관적 규범(Subjective Norm: SN)

주관적 규범(Subjective Norm, SN)은 준거인 또는 준거집단이 특정 행동에 대해 갖는 기대에 대한 지각으로, 개인이 중요하게 여기는 대부분의 사람들이 '특정 행동을 수행해야 한다고 생각하거나' 또는 '수행하지 말아야 한다고 생각하는 것'에 대한 개인의 지각이자 개인의 행동 수행에 있어 사회적 압력과 영향력을 나타낸다. 다른 조건이 동일하다면 이러한 사회적 압력과 영향력에 대한 지각이 클수록 그 행동을 수행하고자 하는 인간의 의도가 커지게 된다.

주관적 규범은 규범적 신념체계(Normative Beliefs)에 의해 결정되는데, 이는 규범적 신념(Normative Belief, NB)과 순응동기(Motivation to Comply, MC)의 곱의 합($\sum NB_i MC_i$)에 비례한다(Eq. 2). 전자는 특정 준거집단의 기대에 대한 지각을 의미하고 후자는 이러한 기대에 순응하려는 의지를 나타낸다.

$$\text{Subjective Norm(SN)} \propto \sum_{i=1} NB_i MC_i \quad \text{Eq 2.}$$

③ 지각된 행동통제(Perceived Behavioral Control: PBC)

지각된 행동통제(Perceived Behavioral Control, PBC)란 행동을 수행하는데 따르는 쉬움(촉진요소)이나 어려움(방해요소)에 대한 개인의 지각으로, '행동의 수행을 촉진하거나 방해하는 요소들(예; 기술, 자원 및 기회의 유무)이 존재 하는가 또는 존재하지 않는가'에 대한 개인의 지각을 의미한다. 다른 조건이 동일하다면 행동의 수행을 촉진하는 요소들에 대한 지각이 클수록 그 행동을 수행하고자 하는 개인의 의도가 커지게 되며, 반대로 행동의 수행을 방해하는 요소들에 대한 지각이 클수록 그 행동을 수행하고자 하는 개인의 의도는 작아지게 된다.

지각된 행동통제는 통제 신념체계(Control Beliefs)에 의해 결정되는데 이는 통제신념(Control Belief, CB)과 통제요인의 영향력(Power of Control Factors,

PC)의 곱의 합($\sum CB_iPC_i$)에 비례한다(Eq. 3). 전자는 특정 행동의 수행을 촉진하거나 방해하는 요소들(기술, 자원 및 기회 등)의 존재 여부에 대한 지각을 의미하고, 후자는 특정 행동을 수행하는 데 있어 그러한 통제 요소들이 얼마나 중요한가에 대한 평가를 의미한다. 또한 지각된 행동통제는 앞서 소개한 태도나 주관적 규범과는 달리 인간의 의도 뿐 아니라 실제 행동에도 직접적인 영향을 미치는 것으로 알려져 있다.

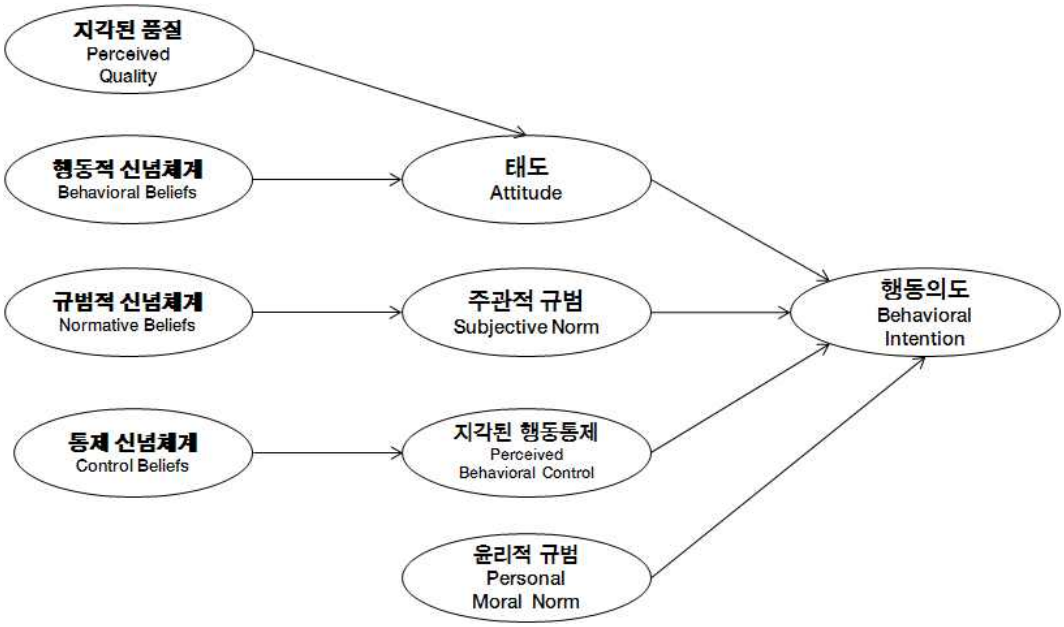
$$\text{Perceived Behavioral Control(PBC)} \propto \sum_{i=1} CB_iPC_i \quad \text{Eq 3.}$$

(2) 계획행동이론의 확장모형

Ajzen(1991)은 TPB의 기본모형에 다른 잠재요인을 추가하여 이론을 확장하는 것에 긍정적인 입장을 보여 왔다. 이에 따라 TPB를 기본으로 한 이론의 활발한 확장과 변형이 이루어져 왔으며, 이러한 TPB 확장모형들의 실증적 유용성은 다양한 영역에서의 인간 행동에 대한 연구들에서 보고되어 왔다(Ajzen, 1991; Armitage and Conner, 2001). 본 연구에서는 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도를 조사하기 위하여 TPB의 기본모형에 지각된 품질(Perceived Quality)과 윤리적 규범(Personal Moral Norm)이라는 두 개의 잠재요인을 추가한 확장모형을 활용하였다<그림 7>.

① 지각된 품질(Perceived Quality: PQ)

지각된 품질(Perceived Quality, PQ)이란 제품이나 서비스의 전체적인 품질이나 우수성에 대한 소비자의 인식을 의미한다. 그간의 많은 선행연구를 통해서 지각된 품질은 소비자의 태도를 거쳐 행동의도에 영향을 미치는 중요한 선행요인으로 밝혀져 왔다(Bansal & Taylor, 1999; Han & Kim, 2010; Han & Ryu, 2006). 특히 녹색 또는 친환경 식품에 있어 품질은 소비자의 선호와



<그림 7> 계획행동이론의 확장모형

구매의도를 결정하는 주요 요인으로 조사됨에 따라(유소이 & 윤하영, 2009; 이유시 등 2009), 본 연구에서도 지각된 품질을 지속가능한 급식에 대한 소비자의 태도를 매개로 이들의 행동의도에 간접적인 영향을 미치는 선행요인으로 추가하였다.

② 윤리적 규범(Personal Moral Norm: PN)

윤리적 규범(Personal Moral Norm, PN)은 인간의 이타적 행동을 이끄는 도덕적 책임감 및 의무감을 의미한다(Schwartz, 1970). 녹색, 친환경, 또는 지속가능성과 관련된 행동이 일부 개인의 도덕적 의사결정에 의해 영향을 받는다는 사실은 상당히 직관적인 설득력을 가질 뿐 아니라, 그 간의 선행연구에서도 환경 친화적 행동을 설명하는데 성공적으로 적용되어 왔다(Harland 등,

1999; Kaiser 등, 1999; Kaiser 등, 2005). 특히 Harland 등(1999)의 연구에서는 윤리적 규범이 추가된 계획행동이론의 확장모형을 적용함으로써 대중교통 이용, 물절약 등을 비롯한 다양한 환경 친화적 행동에 대한 설명력을 1~10% 까지 향상시킬 수 있음이 확인되었으며, Sparks & Shepherd(2002)의 연구에서도 또한 윤리적 규범이 계획행동이론의 종속요인인 행동의도에 독립적인 영향을 미치는 선행요인임이 밝혀졌다. 이에 따라 본 연구에서도 윤리적 규범을 지속가능한 급식에 대한 소비자의 행동의도에 직접적인 영향을 미치는 선행요인으로 추가하였다.

제 3장. 연구 1: 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식 및 이용의도

제 1절. 연구목적

'지속가능한 발전'은 지난 20여 년간 세계의 전 산업분야에 걸쳐 중요한 화두가 되어 왔다. 특히 '식(食)'과 관련된 분야에서의 지속가능한 발전은 인류의 생활에서 차지하는 이의 중요성과 환경에 미치는 영향력을 고려할 때 더욱 큰 의미가 있다고 할 수 있다. 더욱이 급식과 상업적 외식을 포함하는 외식산업의 경우, 식품 공급사슬 내에서 다수의 공급업체와 소비자를 연결하는 게이트키퍼로서의 외식업체의 전략적 포지셔닝으로 인하여, 공급사슬의 전·후방으로 지속가능한 발전의 노력을 확산시키는 데 있어 더욱 중요한 역할이 기대된다.

최근 지속가능한 외식에 대한 통합적인 노력이 일고 있는 미국과 영국 등 선진국을 중심으로 지속가능한 외식에 대한 소비자들의 관심과 행동의도가 점차 증가하고 있다는 연구 결과들이 보고되면서, 외식분야에서도 지속가능한 발전을 실현할 수 있는 상당한 시장의 기회가 있음이 시사되고 있다(One Planet Dining, 2007). 영국의 식품유통기구(IGD)는 외식을 이용하는 소비자들 중 거의 75%가 지역 식품을 사용한 메뉴 특히 채소, 육류, 가금류의 메뉴를 구입하기를 희망한다는 조사결과를 보고하였으며(Padbury, 2006), 미국의 외식산업협회(NRA)는 2009년 Industry Forecast를 통하여 10명 중 6명 이상의 소비자가 외식업체의 환경을 위한 노력에 근거하여 이용을 선택할 의지가 있음을 밝혔다. 또한 '그린' 스토어나 외식업체를 방문할 가능성을 묻는 질문에 소비자의 49%가 거리나 수고에 관계없이 방문할 것이고, 거리가 멀고 추가 노력이 필요하지 않다면 26%가 방문할 의사가 있는 것으로 조사되어 소비자들

은 외식업체의 환경 친화적 노력에 상당히 긍정적인 인식과 행동의도를 가지고 있음을 확인할 수 있었다(SCA 2009).

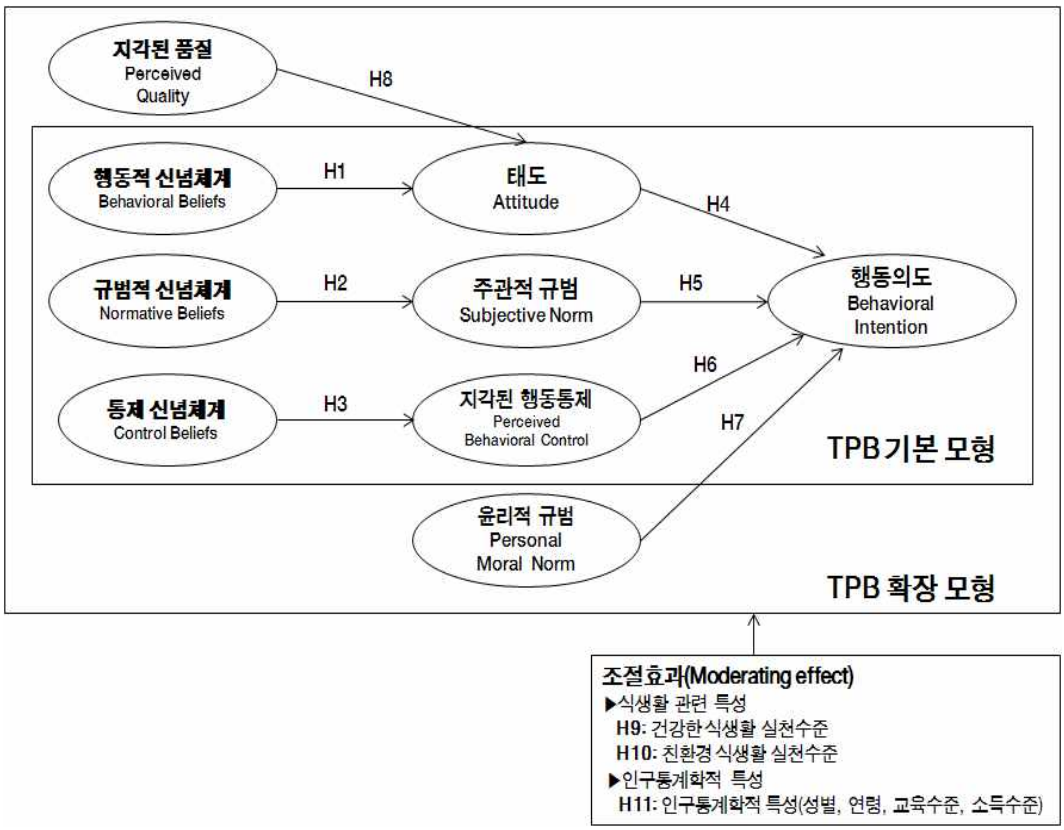
지속가능성/지속가능한 발전의 개념상의 정의에 대한 논란은 현재까지 계속되고 있지만, 식품 혹은 외식과 관련하여 지속가능성/지속가능한 발전은 경제적 성장뿐 아니라 사회와 환경에 미치는 영향까지 고려한 것으로 기존의 그린 또는 친환경성 보다는 광의의 개념으로 받아들여지고 있다(SRA, 2010; Sustain, 2010). 국내에서도 지속가능한 발전에 대한 국민들의 일반적인 의식수준이 2006년 38.7%에서 2008년 65.8%로 크게 성장한 것으로 보고되고 있다(지속가능경영원, 2008). 그러나 상업적 외식과 급식을 포함한 외식산업에서 지속가능성/지속가능한 발전에 대한 국내 연구는 거의 찾아보기가 힘들며, 기존의 관련 연구 또한 친환경 식재료 사용이나 음식물 쓰레기 감소 등의 지엽적인 주제(김성애 등, 2011; 정은경 등, 2010; 이양순 등, 2009)에 국한되어 온 실정이다. 이러한 현상은 외식산업과 동일하게 '식(食)'을 취급하는 식품 소매업이나 외식산업과 함께 호스피탤리티 산업에 속하는 관광 및 호텔산업 분야에서 관련 연구가 활발한 것과는 대조를 이룬다.

Baldwin(2011)은 그의 저서 'Sustainability in the Food Industry'를 통하여 외식산업은 제품과 서비스 생산을 위한 투입 및 산출에 이르는 전 과정 걸쳐 지속가능한 이슈와 밀접한 관련을 맺고 있으며, 이러한 이슈의 적극적인 관리를 통하여 궁극적으로는 경제, 사회, 환경의 발전에 기여할 수 있음을 설명한 바 있다. 특히 다수의 소비자들을 대상으로 한 대량생산이라는 운영상의 특수성을 지니는 급식에 있어 해당 연구는 더욱 큰 의미가 있다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 광의의 그린/친환경성으로서의 지속가능한 급식에 대한 소비자들의 인식과 이용의도를 조사함으로써 향후 국내 급식산업에 있어 지속가능한 급식을 활성화 할 수 있는 소비자 이용 측면에서의 방안을 모색하고자 하였다.

제 2절. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구는 지속가능한 급식에 대한 소비자의 실제 이용과 이용의도 간에 상관관계가 높을 것이라는 가정 하에, 계획행동이론(Ajzen, 1991)을 이용하여 소비자의 이용의도에 영향을 미치는 요인들 간의 관계를 분석해 보고자 하였다. <그림 8>은 계획행동이론의 확장모형을 바탕으로 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도에 영향을 미치는 요인들 간의 관계를 설정한 본 연구의 개념적 틀(Conceptual Framework)을 보여준다.



<그림 8> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도 연구의 개념적 틀
:계획행동이론의 확장모형을 바탕으로

계획행동이론의 확장모형은 계획행동이론의 기본모형에 포함된 7개의 잠재요인(3개의 신념체계: 행동적, 규범적, 통제 신념체계와 3개의 선행요인: 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 그리고 행동의도)과 2개의 추가 잠재요인(지각된 품질, 윤리적 규범)으로 구성하였다. 또한 행동의도와 선행요인과의 관계에 있어 조절효과를 파악하기 위해 소비자의 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천수준을 측정하는 변수들을 조절요인에 포함하였다. 이러한 연구모형을 바탕으로 한 본 연구의 가설은 다음과 같다.

첫째, 행동적, 규범적, 통제 신념체계는 이에 대응하는 선행요인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 행동적 신념체계는 태도에 영향을 미칠 것이다.

H2: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 규범적 신념체계는 주관적 규범에 영향을 미칠 것이다.

H3: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 통제 신념체계는 지각된 행동통제에 영향을 미칠 것이다.

둘째, 선행요인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 이용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 태도는 이용의도에 영향을 미칠 것이다.

H5: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 주관적 규범은 이용의도에 영향을 미칠 것이다.

H6: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 지각된 행동통제는 이용의도에 영향을 미칠 것이다.

셋째, 추가선행요인인 윤리적 규범과 지각된 품질은 이용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H7: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 윤리적 규범은 이용의도에 영향을 미칠 것이다.

H8: 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 지각된 품질 수준은 태도를 매개로 이용의도에 영향을 미칠 것이다.

넷째, 선행요인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제와 이용의도 사이의 경로에서 소비자의 식생활 관련 특성과 인구통계학적 특성은 조절효과를 미칠 것이다.

H9: 소비자의 건강한 식생활 실천 수준은 지속가능한 급식에 대한 이용의도와 이에 영향을 미치는 선행요인 사이의 경로에서 조절효과를 미칠 것이다.

H10: 소비자의 친환경 식생활 실천 수준은 지속가능한 급식에 대한 이용의도와 이에 영향을 미치는 선행요인 사이의 경로에서 조절효과를 미칠 것이다.

H11: 소비자의 인구통계학적 특성(성별, 나이, 교육수준, 소득수준)은 지속가능한 급식에 대한 이용의도와 이에 영향을 미치는 선행요인 사이의 경로에서 조절효과를 미칠 것이다.

2. 조사대상 및 기간

지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 이용의도를 조사하기 위하여 2011년 10월 21일부터 27일까지 최근 3개월 내에 대학교 및 산업체 급식을 이용한 경험이 있는 20대~50대 소비자를 대상으로 온라인 설문조사를 시행하였다. 본 조사에 앞서 설문지의 타당성을 제고하기 위하여 두 차례에 걸친 사전조사를 시행하였다. 1차 사전조사는 2011년 8월 중 20명의 급식 소비자를 대상으로 서면으로 진행되었고, 이를 통하여 소비자들이 응답에 어려움을 겪는 문항을 파악하여 해당 문항의 용어 및 문장을 수정하였다. 2차 사전조사는 수정된 최종 설문지를 사용하여 2011년 10월 19일부터 20일까지 최근 3개월간 대학교 및 산업체 급식을 이용한 경험이 있는 20~50대 소비자 30명을 대상으로 온라인상에서 진행하였다. 이를 통하여 응답의 중심화 경향이 있는지, 개방형 질문에 대한 응답 오류가 있는지를 점검하였다.

2차 예비조사와 본 조사 대상자의 모집과 웹 사이트 구축은 온라인 리서치 전문업체를 통하여 진행하였다. 소비자 총 978명로부터 설문에 대한 응답을 수집하였고, 이 중 대학교 급식을 이용한다고 응답한 204명과 산업체 급식을 이용한다고 답한 응답자 중 월평균 급식의 이용 횟수가 5회 미만인 응답자 226명을 제외한 나머지 총 548명의 설문 결과만을 분석에 사용하였다. 이는 본 연구의 경계를 산업체 급식으로 한정하고, 산업체 급식을 이용한 응답자 설문 결과의 신뢰성을 고려하여 이용 횟수가 너무 적은 경우를 분석에서 제외하기 위함이었다.

산업체 급식은 이용자의 특성상 표본의 다양성을 확보할 수 있을 뿐 아니라 외식에 비해 시스템 측면에서 규모가 크고 표준화 되어 있어 연구결과의 해석과 적용상 유리하다는 장점을 지닌다. 산업체를 제외한 급식(예: 학교, 병원)은 표본의 특성이 획일화될 위험이 크고, 외식은 업종과 업태가 지나치게 다양할

뿐만 아니라 규모의 영세성을 띄는 경우가 많다는 단점이 있어 본 조사 대상에서 제외되었다.

분석에 사용된 총 548명의 응답자 특성은 다음의 <표 2>과 같다. 548명의 응답자 중 남성은 356명(65%), 여성은 192명(35%)이었다. 연령의 평균과 중간값은 모두 40세였고, 대다수가 대학(교) 졸업(66%) 또는 그 이상(14%)의 높은 교육수준을 보였다. 약 71%가 기업체나 관공서에서 근무하는 직원이었고, 약 20%가 전문직 종사자인 것으로 나타났다. 또한 약 40%에 달하는 응답자의 월평균 가계소득은 2백만 원 이상 4백만 원 미만에 해당하였고, 4백만 원 이상 6백만 원 미만이 35%, 6백만 원 이상이 15%로 나타났으며, 2백만 원 미만은 10%에 그쳤다. 산업체 급식을 월평균 21~25회 이용한다고 답한 응답자 수가 전체의 27%로 가장 많았고, 16~20회가 25%, 5~10회가 22%로 그 뒤를 이었으며, 전체적으로 볼 때 응답자의 약 64%가 월 16회 이상 산업체 급식을 이용하는 것으로 나타났다.

<표 2> 소비자 응답자의 특성(n=548)

구분	n	%
성별		
남성	356	65.0
여성	192	35.0
연령		
20~29세	110	20.1
30~39세	160	29.2
40~49세	157	28.6
50~59세	121	22.1
교육수준		
대학(교) 졸업 미만	113	20.6
대학(교) 졸업	361	65.9
대학원 재학 이상	74	13.5
직업		
회사원	387	70.6
자영업	44	8.0
전문직	110	20.1
기타	7	1.3
월평균 가계 소득(원)		
2백만 원 미만	54	9.9
2백만 원 이상~4백만 원 미만	218	39.8
4백만 원 이상~6백만 원 미만	191	34.9
6백만 원 이상	85	15.5
월평균 급식 이용빈도		
5~10회	119	21.7
11~15회	74	13.5
16~20회	137	25.0
21~25회	150	27.4
26~30회	62	11.3
30회 초과	6	1.1

3. 조사내용 및 방법

계획행동이론의 창시자 Ajzen이 제시한 계획행동이론 설문지 작성의 가이드라인(Ajzen, 2011)과 본 이론을 적용한 선행연구(김양숙 등, 2010; Chen 등, 2011; Han & Kim, 2010; Han 등, 2011; Lam & Hsu, 2006; Robinson & Smith, 2002; Robinson & Smith, 2003; Schubert, 2008)를 바탕으로 설문지 초안을 작성하였다. 계획행동이론을 적용하여 급식산업에 있어 지속가능성 또는 지속가능한 발전과 관계된 인간의 행동을 조사한 선행연구는 아직까지 미미한 실정이다. 이에 따라, 그린/친환경 또는 지속가능한 식품과 외식에 있어 인간의 행동을 조사한 선행연구들(Chen 등, 2011; Robinson & Smith, 2002; Robinson & Smith, 2003; Schubert, 2008)과 급식산업이 속한 호스피탤리티 산업에서 유사한 연구방법과 주제를 다룬 선행연구들(Han 등, 2011; Han & Kim, 2010; Lam & Hsu, 2006)을 참조하였으며, 이를 급식산업에 적합하도록 수정한 후 본 연구에 반영하였다<표 3>.

특히 신념체계와 관련된 변수를 추출하기 위하여 전문연구원(2명), 급식 전문가(2명), 급식 소비자(5명)를 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다. 심층 인터뷰에서는 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도를 측정하기에 적절한 신념체계 관측변수들과 주요 준거집단의 선정에 대한 의견이 수집되었다. 작성된 설문지 초안은 학계와 산업체의 급식관련 전문가의 검토와 두 차례의 사전조사를 통하여 필요한 수정을 거쳐 완성되었다<부록 1>.

조사 전반에 걸쳐 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도와 인식을 묻는 내용이 다루어졌으나, "지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체"에 대해 일반적으로 통용되는 개념상의 정립이 아직 마련되어 있지 않은 바, 응답자들이 설문에 답하는데 혼돈을 느낄 것을 예상하였다. 이에 따라 응답자들 공통의 이해를 돕기 위하여 설문지 도입부에 응답에 관한 안내사항과 더불어

<표 3> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도 측정을 위한 설문문항 구성 및 출처

구분	요인	관측변수	설문문항 출처
행동의도	행동의도(IN)	3	9개 잠재요인 44(32)개 관측변수
신념체계	행동적 신념(BB)	6	
	결과평가(OE)	6	
	주관적 신념(NB)	3	김양숙 등(2010)
	순응동기(MC)	3	Ajzen (2011)
	통제신념(CB)	3	Chen 등 (2011)
	통제 요인의 영향력(PC)	3	Han 등 (2011)
선행요인	태도(AT)	4	Han & Kim (2010)
	주관적 규범(SN)	3	Lam & Hsu (2006)
	지각된 행동통제(PBC)	3	Robinson & Smith (2002)
추가요인	지각된 품질(PQ)	4	Robinson & Smith (2003)
	윤리적 규범(PN)	3	Schubert (2008)
조절변수	건강한 식생활 실천(HDP)	8	(사) 식생활교육 국민네트워크 녹색식생활지침
	친환경 식생활 실천(EFDP)	8	

지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체에 대한 설명과 함께 이를 대표하는 실천지침들을 상세히 제시하였다<그림 9>. 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체에 대한 설명과 대표 실천지침들은 현 전 세계 외식산업의 지속가능한 발전을 위해 적극적으로 활동하고 있는 관련 단체인 SRA(2010), IFMA foundation(2009), Sustain(2010)이 발간한 기준과 가이드라인을 참고하여 작성하였다. 또한 질문 상의 편의를 위하여 가상의 급식업체 'A'를 설정하고 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다는 가정 하에 각 질문을 작성하였다.

또한 소비자들이 선택의 여지없이 산업체 급식소를 이용해야 한다는 일반적인 통념으로 인한 응답 상의 편견을 없애기 위하여, 응답자들이 관련 질문에

답하기 전 “급식소 대신 인근의 음식점에서 식사를 할 수 있는 대안이 주어져 있다”는 상황 조건을 제시하였다. 이는 일부 일반기업에서 근무하는 직원들이 급식소 식권으로 사내 급식소만을 전적으로 이용하는 대신에 주변의 음식점에서 식사를 할 수 있는 선택권이 주어지는 현실의 예를 반영한 것으로, 이러한 선택권은 직원 복지 혜택의 다양성을 제고하기 위한 기업 노력의 일부로 도입되어 왔다.

※ 다음 설명을 읽으신 후 설문에 응해주시기 바랍니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체란 급식의 운영에 있어 **경제, 사회, 환경에 미치는 영향을 통합적이고 균형있게 관리하는 노력**을 통하여 지속적인 사업가치를 추구하는 급식업체들을 의미합니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체에서는

√ **제철 및 친환경 식재료**를 주로 사용하며, **지역 농산물 및 공정거래를 통해 유통되는 식재료**의 사용에도 적극적입니다.

√ **냅킨이나 비닐 등의 소모품도 재활용이 가능하고 친환경적인 제품**을 사용하며, **급식소의 쓰레기를 줄이고 분리수거를 실천합니다**.

√ 또한 가까운 **지역의 인력을 고용하고 공정하게 대우**하며, **납품업체와도 우호적인 협력 관계**를 유지하기 위해서 노력합니다.

√ 급식소 내부의 시설과 설비에는 **친환경 자재와 용품**을 사용하고, **물, 전기 등의 천연자원을 절약**합니다.

√ 마지막으로 이러한 급식업체에서는 **직원과 고객들에게 지속가능한 발전을 위한 노력의 중요성을 알리고**, 그들이 이러한 노력에 동참하도록 독려합니다.

<그림 9> 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 정의 및 대표 실천지침 예시(온라인 설문조사의 도입부 제시 내용)

온라인 설문조사는 다음의 네 부분으로 구성되었다. 첫 번째 부분은 계획행동이론을 바탕으로 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도와 이에 영향을 미치는 잠재요인들 간의 관계를 파악하기 위한 내용을 다루었고, 총 9개의 잠재요인에 대한 44개의 관측변수가 측정되었다. 구체적으로는 3개의 신념체계 잠재요인에 대한 24개 관측변수(행동적 신념과 결과평가에 대한 각 6항목, 규범적 신념과 순응동기에 대한 각 3항목, 통제 신념과 통제요인의 영향력에 대한 각 3항목), 3개의 선행요인에 대한 10개 관측변수(태도 4항목, 주관적 규범, 지각된 행동통제 각 3항목), 행동의도에 대한 3개 관측변수, 그리고 2개의 추가 잠재요인에 7개 관측변수(지각된 품질 4항목, 주관적 규범 3항목)가 측정되었다. 잠재요인과 관측변수에 대한 자세한 설명은 다음의 1)~3)항과 같으며, <표 4>~<표 5>에 요약하여 제시하였다.

1) 신념체계의 측정

행동적 신념에 대한 6개의 관측변수는 7점 리커트 척도(1점: 매우 동의하지 않는다, 7점: 매우 동의한다)로 측정되었고(예; 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용하는 것은 환경보호에 도움이 된다), 이에 상응하는 결과평가에 대한 6개 관측변수는 7점 형용사 척도(1점: 매우 중요하지 않다, 7점: 매우 중요하다)로 측정되었다(예: 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용함으로써 환경보호를 위해 노력하는 것은 매우 중요하다). 또한 규범적 신념과 순응동기 각 3개의 관측변수는 7점 리커트 척도로 측정되었다(예; 규범적 신념-나의 직장동료는 내가 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용해야 한다고 생각할 것이다, 순응동기-나는 일반적으로 직장동료의 기대에 따라 행동하려고 노력한다). 마지막으로 통제 신념과 통제 요소의 영향력에 대한 각 3개의 관측변수 역시 7점 리커트 척도로 측정되었다(예; 통제

신념-지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체는 비용의 증가로 급식가격이 오를 것 같다, 통제 요소의 영향력-지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체는 급식가격이 올라 개인적으로 추가 비용을 지불해야 할 것 같아서 우선적으로 이용하지 못할 것 같다). 특히 본 연구에서 통제신념과 통제요인의 영향력은 소비자가 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용하는데 기대되는 대표적인 어려움(방해요인)인 가격의 인상, 이용 상의 불편, 정보획득의 어려움으로 구성하였다<표 4>.

2) 선행요인 및 이용의도의 측정

선행요인 중 태도를 측정하기 위한 4개의 관측변수는 7점 형용사 척도(예: 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용하는 것은 1점: 매우 필요하지 않다, 7점: 매우 필요하다)로 측정되었다. 주관적 규범, 지각된 행동통제와 행동의도를 측정하기 위한 각 3개의 관측변수는 7점 리커트 척도(1점: 매우 동의하지 않는다, 7점: 매우 동의한다)로 측정되었다(예: 주관적 규범-나의 가족은 내가 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다, 지각된 행동통제-나의 의사에 따라 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 이용여부를 결정할 수 있을 것이다, 행동의도-나는 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다)<표 5>.

3) 추가 잠재요인의 측정

계획행동이론의 확장을 위해 추가된 잠재요인 중 지각된 품질을 측정하기 위한 4개 관측변수와 윤리적 규범에 대한 3개의 관측변수 역시 7점 리커트 척도(1점: 매우 동의하지 않는다, 7점: 매우 동의한다)로 측정되었다(예: 지각된

품질-지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체는 영양적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다, 윤리적 규범-나는 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용하는데 의무감을 느낄 것이다)<표 5>.

두 번째 부분은 지속가능한 급식에 대한 소비자의 일반적인 인식을 다루었다. 구체적으로는 급식산업에 있어 지속가능성에 대한 개념(Concept), 지속가능한 급식에 대한 의식수준(Awareness) 및 필요성(Need), 그리고 지속가능한 급식에 대한 추가지불의사(Willingness to Pay a Premium)를 포함하였다. 개념은 선택형 질문으로 의식과 필요성은 7점 리커트 척도로 측정하였다. 지속가능한 급식에 대한 소비자의 추가지불의사는 '예' 또는 '아니오'의 이분형 답변으로 응답하도록 구성하였고, 추가지불의사금액은 개방형 질문으로 소비자들이 추가로 지불할 의향이 있는 금액을 직접 기입하도록 하였다.

세 번째 부분은 소비자들이 평소에 건강한 식생활 그리고 친환경 식생활을 실천하는 정도를 측정하는 내용으로 구성하였다. 이는 지속가능한 급식에 대한 소비자들의 이용의도에 대한 조절효과와 추가지불의사에 대한 결정요인을 파악하기 위한 변수로 사용되었다. 소비자들의 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천정도를 측정하기 위한 항목은 (사)식생활교육국민네트워크에서 제안한 녹색식생활지침 중 건강한 한국형 식생활 실천 사항과 친환경 식생활 실천 사항을 바탕으로 작성하였다(녹색식생활정보 114, 2012). 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천정도는 각 8개의 관측변수로 7점 리커트 척도로 측정되었다(예: 건강한 식생활-나는 지방이 많은 고기와 튀긴 음식을 적게 먹는다, 환경 친화적 식생활-나는 필요한 양만큼의 식재료를 구입하고 조리한다)<표 6>.

마지막 부분은 응답자들의 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 내용으로 성별, 연령, 직업, 교육 및 소득수준 등을 포함하였다.

<표 4> 신념체계 요인별 측정문항

구분	요인별 측정변수
신념체계	**행동적 신념(Behavioral Beliefs, BB)** 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것은 BB1: 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것이다 BB2: 사회의 균형된 발전에 기여하는 것이다 BB3: 환경 보호에 도움이 된다 BB4: 나의 건강에 도움이 된다 BB5: 급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것이다 BB6: 지역사회의 발전에 기여하는 것이다
	결과평가(Outcome Evaluations, OE) 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용함으로써, OE1: 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다-매우 중요하다 OE2: 사회의 균형된 발전에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다-매우 중요하다 OE3: 환경보호를 위해 노력하는 것은 매우 중요하지 않다-매우 중요하다 OE4: 나의 건강을 위해 노력하는 것은 매우 중요하지 않다-매우 중요하다 OE5: 급식업체의 경제적 성장에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다-매우 중요하다 OE6: 지역사회의 발전에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다-매우 중요하다
	규범적 신념(Normative Beliefs, NB) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, NB1: 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다. NB2: 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다. NB3: 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.
	순응동기(Motivation to Comply, MC) MC1: 일반적으로 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력한다. MC2: 일반적으로 나는 직장동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다. MC3: 일반적으로 나는 친구들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
	통제 신념(Control Beliefs, CB) 급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, CB1: 급식업체 'A'의 비용증가로 가격이 오를 것 같다. CB2: 잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 하는 등 급식업체 'A'를 이용하는데 불편이 따를 것 같다. CB3: 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알기 어려울 것 같다.
	통제요인의 영향력(Power of Control Factors, PC) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고, 급식업체 'A'가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우, PC1: 가격이 올라 개인적으로 추가 비용을 지불해야 할 것 같아서 나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다. PC2: 잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 하는 등 이용이 불편해 질 것 같아서 나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다. PC3: 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알 수 없을 것 같아서, 나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.

<표 5> 선행요인, 이용의도 및 추가요인별 측정문항

구분	요인별 측정변수
선행요인	**태도(Attitude. AT)** 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것은 AT1: 매우 나쁘다 - 매우 좋다 AT2: 매우 중요하지 않다 - 매우 중요하다 AT3: 매우 필요하지 않다 - 매우 필요하다 AT4: 매우 가치없다 - 매우 가치있다
	주관적 규범(Subjective Norm, SN) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면 SN1: 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다 SN2: 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다 SN3: 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다
	주관적 행동통제(Perceived Behavioral Control, PBC) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고, 급식업체 'A'가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우, PBC1: 내 의사에 따라 급식업체 'A'의 이용여부를 결정할 수 있을 것이다 PBC2: 내가 원하기만 한다면, 다른 음식점 대신 급식업체 'A'를 이용할 수 있을 것이다 PBC3: 급식업체 'A'의 이용여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있을 것이다.
	지각된 품질(Perceived Quality, PQ) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, PQ1: 급식업체 'A'는 영양적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다. PQ2: 급식업체 'A'는 위생적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다. PQ3: 급식업체 'A'의 음식 맛은 좋을 것이다. PQ4: 급식업체 'A'의 서비스 품질은 좋을 것이다.
	윤리적 규범(Personal Moral Norm, PN) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, PN1: 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 의무감을 느낄 것이다. PN2: 나는 급식업체 'A'를 이용하지 않는 것에 죄책감을 느낄 것이다. PN3: 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 책임감을 느낄 것이다.
	이용의도(Intention, IN) 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면 IN1: 나는 다른 음식점에서 식사할 수 있다고 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다. IN2: 급식업체 'A'의 비용 부담의 증가로 가격이 오른다 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다. IN3: 나는 급식업체 'A'를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다.

<표 6> 조절요인별 측정문항

구분	요인별 측정변수
조절요인	**건강한 식생활 실천**(Healthy Diet Practices: HDP)
	HDP1: 곡류, 채소·과일류, 어육류, 유제품 등 다양한 식품을 골고루 섭취한다
	HDP2: 지방이 많은 고기와 튀긴 음식을 적게 먹는다
	HDP3: 짠 음식을 피하고, 싱겁게 먹는다
	HDP4: 건강 체중을 유지하기 위해 노력한다
	HDP5: 건강을 위해 술과 담배를 자제한다
	HDP6: 하루 세끼 식사를 규칙적으로 한다
	HDP7: 밥을 주식으로 하는 우리 식생활을 즐긴다
	HDP8: 계절에 따른 제철 음식을 즐긴다
	친환경 식생활 실천(Eco-friendly Diet Practices: EFDP)
	EFDP1: 식품구입 시 친환경 관련 인증표시를 확인한다
	EFDP2: 농약과 화학비료를 적게 사용한 농산물을 구입한다
	EFDP3: 일회용 및 과대 포장된 식품은 구입하지 않는다
	EFDP4: 필요한 양만큼의 식재료를 구입하고 조리한다
	EFDP5: 음식점에서는 알맞게 주문하고 남은 음식을 싸 온다
	EFDP6: 음식을 알맞게 덜어가며 식사한다
	EFDP7: 식품 구입시 원산지 표시를 확인한다
	EFDP8: 지역 농산물을 애용한다

4. 자료 분석

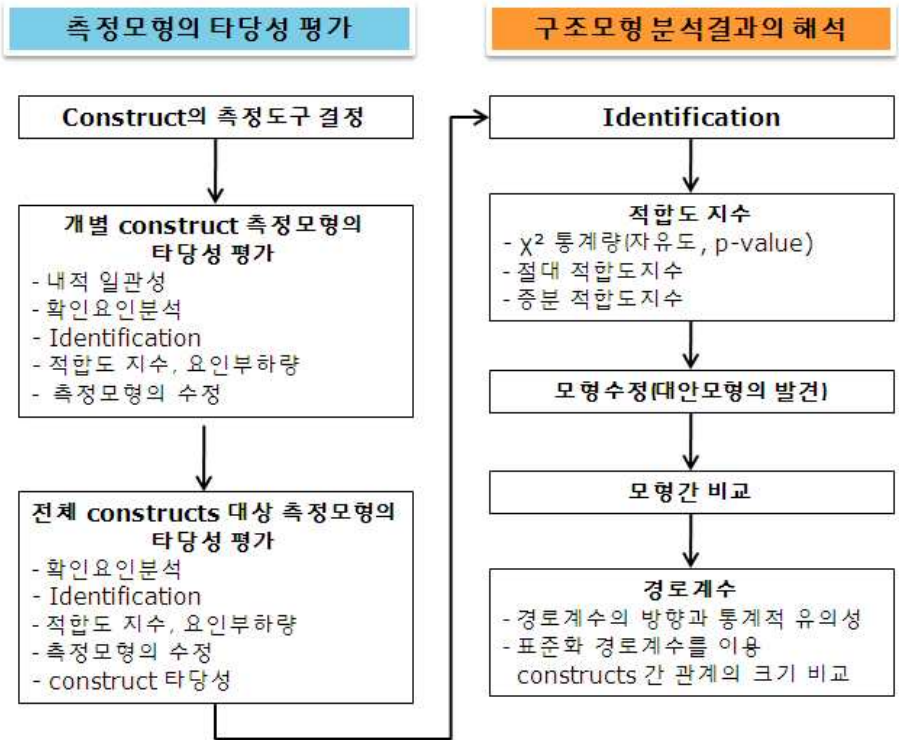
변수들의 빈도와 백분율, 평균과 표준편차를 계산하기 위해서는 기술적 통계 분석을 사용하였다. 급식산업에 있어 지속가능성과 지속가능한 발전에 대한 소비자의 일반적 인식 분석의 경우, 범주형 변수들 사이의 관계를 파악하기 위해 χ^2-검정을 사용하였고, 응답자들의 성별, 나이, 교육수준, 소득수준의 인구통계학적 특성과 건강한 식생활, 친환경 식생활의 실천 수준에 따른 인식의 차이를 분석하기 위해서는 독립표본 t-검정, 일원배치분산분석(One-way ANOVA)과 Duncan의 사후검정을 사용하였다. 또한 로지스틱 회귀분석(Logistic Regression)을 이용해 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 영향을 미치는 결정요인들을 파악하였다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도의 경우 계획행동이론을 바탕으로 한 연구모형에 대한 구조방정식모형 분석(Structural Equation Modeling: SEM)을 적용하였다<그림 10>. 측정모형을 우선 추정한 후 구조모형을 추정하였으며, 구성개념별 측정변수의 기술 통계량과 최종 구조모형이 추정되기까지 측정모형의 타당성을 분석한 과정은 다음의 1)~4)항과 같다. 모든 통계분석에는 PASW Statistics 18.0와 Amos 18.0이 사용되었다.

1) 측정변수들의 기술 통계량

(1) 정규성

본 연구에서 모수추정을 위해 사용된 최대우도법(Maximum Likelihood Estimation: MLE)은 표본자료가 정규분포를 이루어야 한다는 가정이 필요하다. 표본자료의 일변량 정규성을 검토하기 위하여 개별 변수들의 왜도(Skewness)와 첨도(Kurtosis)를 측정한 결과는 <표 7>~<표 8>와 같다.



<그림 10> 구조방정식모형 분석절차

West & Curran(1995)은 최대우도법을 사용하여 모수를 추정하는 경우, 지나친 첨도가 왜도보다 더 문제가 된다고 주장하였고 왜도의 절대값이 2보다 크고 첨도의 절대값이 7보다 클 때 자료의 정규성에 문제가 있다고 주장하였다. 본 연구에 사용된 모든 측정변수들의 왜도는 -1.40와 -.37의 사이이며, 첨도는 -.24와 1.97의 사이로 West & Curran(1995)이 제안한 정규성의 기준을 모두 만족시키는 것으로 확인되었다. 모든 변수에 대한 다변량 정규성을 검토한다는 것은 현실성이 없으므로 본 연구에서 이 과정은 생략되었다.

(2) 신념체계

기대-가치 이론을 바탕으로 하고 행동의도에 직접적인 영향을 미치는 3개의 선행요인 태도, 주관적 신념, 지각된 행동통제 각각에 대한 신념체계를 나타내는 행동적 신념-결과평가, 규범적 신념-순응동기, 통제 신념-통제요인의 영향력의 잠재요인에 대한 측정변수들의 기술적 통계치는 <표 7>과 같다.

행동적 신념(Behavioral Beliefs: BB)에 대한 평균의 범위는 5.19~5.59로 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것은 "나의 건강에 도움이 된다(5.59)", "환경 보호에 도움이 된다(5.57)", "급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것이다(5.48)", "자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것이다(5.39)"의 순으로 나타났으며, "지역사회의 발전에 기여하는 것이다(5.32)"와 "사회의 균형된 발전에 기여하는 것이다(5.19)"에 대한 평균은 비교적 낮게 나타났다. 결과평가(Outcome Evaluation, OE)에 대한 평균의 범위는 5.25~5.86으로 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체를 이용함으로써 '나의 건강(5.86)'과 '환경보호(5.76)'를 위해 노력하는 것에 대한 중요성이 가장 높게 평가되었으며, 그 다음으로는 '자원의 효율적 이용을 통한 경제발전(5.44)', '지역사회의 발전(5.31)', '급식업체의 경제적인 성장(5.29)', '사회의 균형된 발전(5.25)'에 기여하는 순으로 그 중요성이 평가됨을 알 수 있었다.

규범적 신념과 순응동기의 경우, 평균의 범위는 각각 5.30~5.36과 4.80~5.20으로 나타났다. 규범적 신념(Normative Beliefs, NB)의 경우, 가족(5.36), 직장동료(5.32), 친구(5.30)의 순으로 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'의 이용에 대한 준거집단의 기대를 높게 평가하였으며, 준거집단의 기대에 따르려는 순응동기(Motivation to Comply, MC)는 가족(5.20), 직장동료(4.97), 친구(4.80)의 순으로 나타났다.

지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체 'A'를 이용하는 데 있어 기대되는 어려움 또는 방해요소에 대한 지각인 통제신념(Control Beliefs, CB)의 평

균 범위는 4.23~5.02로, 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, "비용증가로 인해 가격이 오를 것 같다(5.02)", "지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알기 어려울 것 같다(4.36)", "잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 하는 등 이용하는데 불편이 따를 것 같다(4.23)"의 순으로 나타났다. 또한 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체 'A'를 이용하는 데 있어 이러한 어려움 또는 방해요소의 중요성에 대한 평가인 통제요인의 영향력(Power of Control Factors, PC)의 평균은 4.23~5.02로, "가격이 올라 개인적으로 추가 비용을 지불해야 할 것 같아서(5.02), 잔반을 남기지 않고 냅킨을 아껴 써야 하는 등 이용이 불편해 질 것 같아서(4.36), 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알 수 없을 것 같아서(4.23) 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다"의 순으로 평가되었다.

<표 7> 신념체계 요인별 측정변수의 기술 통계량(n=548)

요인 및 변수[1]	M ± SD	왜도	첨도
행동적 신념(Behavioral Beliefs, BB)			
지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것은			
BB1: 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것이다	5.39±1.05	-.44	-.08
BB2: 사회의 균형된 발전에 기여하는 것이다	5.19±1.10	-.28	-.24
BB3: 환경 보호에 도움이 된다	5.57±1.17	-.67	-.05
BB4: 나의 건강에 도움이 된다	5.59±1.12	-.57	-.23
BB5: 급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것이다	5.48±1.14	-.70	.40
BB6: 지역사회의 발전에 기여하는 것이다	5.32±1.11	-.32	-.53
결과평가(Outcome Evaluations, OE)			
지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용함으로써,			
OE1: 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다(1점) - 매우 중요하다(7점)	5.44±1.10	-.55	.07
OE2: 사회의 균형된 발전에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다(1점) - 매우 중요하다(7점)	5.25±1.11	-.34	-.21
OE3: 환경보호를 위해 노력하는 것은 매우 중요하지 않다(1점) - 매우 중요하다(7점)	5.76±1.14	-.83	.42
OE4: 나의 건강을 위해 노력하는 것은 매우 중요하지 않다(1점) - 매우 중요하다(7점)	5.86±1.16	-.78	-.22
OE5: 급식업체의 경제적 성장에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다(1점) - 매우 중요하다(7점)	5.29±1.15	-.57	.42
OE6: 지역사회의 발전에 기여하는 것은 매우 중요하지 않다(1점) - 매우 중요하다(7점)	5.31±1.13	-.49	.15

[1] 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨

<표 7> 신념체계 요인별 측정변수의 기술 통계량(n=548)(계속)

요인 및 변수[1]	M ± SD	왜도	첨도
규범적 신념(Normative Beliefs, NB)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
NB1: 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.	5.36±1.18	-.67	.53
NB2: 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.	5.32±1.13	-.56	.43
NB3: 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.	5.30±1.14	-.57	.47
순응동기(Motivation to Comply, MC)			
MC1: 일반적으로 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.	5.20±1.09	-.41	.27
MC2: 일반적으로 나는 직장동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.	4.97±1.06	-.34	.21
MC3: 일반적으로 나는 친구들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.	4.80±1.07	-.33	.41
통제신념(Control Beliefs, CB)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
CB1: 급식업체 'A'의 비용증가로 가격이 오를 것 같다.	5.02±1.15	-.45	.41
CB2: 잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 하는 등 급식업체 'A'를 이용하는데 불편이 따를 것 같다.	4.23±1.32	-.13	-.29
CB3: 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알기 어려울 것 같다.	4.36±1.29	-.08	-.23
통제요인의 영향력(Power of Control Factors, PC)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고, 급식업체 'A'가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우,			
PC1: 가격이 올라 개인적으로 추가 비용을 지불해야 할 것 같아서 나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.	4.20±1.13	.05	-.23
PC2: 잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 하는 등 이용이 불편해 질 것 같아서 나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.	3.61±1.28	-.11	.24
PC3: 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알 수 없을 것 같아서, 나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.	3.94±1.15	.45	.41

[1] 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨

(3) 선행요인과 이용의도

계획행동이론에 포함되는 이용의도와 이에 직접적인 영향을 미치는 선행요인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 각각에 대한 측정변수들의 기술적 통계치는 <표 8>와 같다. 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제의 전체 평균은 7점 척도로 측정한 결과 각각 5.68, 5.53, 5.19였으나, 종속 요인인 행동의도는 4.70로 상대적으로 낮은 평균 수준을 보였다.

태도(AT)의 경우 평균의 범위는 5.64~5.80으로, 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것이 "매우 나쁘다-매우 좋다(5.80)"에 대한 평균이 가장 높았고, "매우 가치없다-매우 가치있다(5.70)", "매우 중요하지 않다-매우 중요하다(5.69)", "매우 필요하지 않다-매우 필요하다(5.69)"가 그 뒤를 따랐다. 주관적 규범(SN)의 경우, 평균의 범위는 5.52~5.53으로 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면 "나의 가족(5.53) 그리고 친구들(5.53)은 내가 급식업체 A를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다"에 대한 평균이 동일하게 가장 높았고, "나의 직장 동료들(5.52)은 내가 급식업체 A를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다"가 근소한 차이를 보였다. 지각된 행동통제(PBC)의 경우, 평균의 범위는 5.17~5.23로 나타났다. 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고 급식업체 'A'가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우, "내 의사에 따라 급식업체 A의 이용여부를 결정할 수 있을 것이다(5.23)"의 평균이 가장 높았고, "내가 원하기만 한다면, 다른 음식점 대신 급식업체 A를 이용할 수 있을 것이다(5.17)"와 "급식업체 A의 이용여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있을 것이다(5.17)"가 그 뒤를 따랐다. 행동의도(IN)의 경우, 평균의 범위는 4.37~4.91로 급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, "나는 다른 음식점에서 식사할 수 있다고 해도 급식업체 A를 이용할 것이다(4.91)"와 "나는 급식업체 A를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다(4.80)"의 평균이 상대적으로 높았고, "급식업체

A의 비용 부담의 증가로 가격이 오른다 해도 급식업체 A를 이용할 것이다(4.37)"가 가장 낮게 조사되었다.

<표 8> 선행요인 및 이용의도별 측정변수의 기술 통계량(n=548)

요인 및 변수	M ± SD	왜도	첨도
태도(Attitude. AT)[1)]			
지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 "A"를 이용하는 것은			
AT1: 매우 나쁘다 - 매우 좋다	5.80±1.15	-1.19	1.97
AT2: 매우 중요하지 않다 - 매우 중요하다	5.69±1.21	-1.03	1.13
AT3: 매우 필요하지 않다 - 매우 필요하다	5.64±1.38	-1.18	1.03
AT4: 매우 가치없다 - 매우 가치있다	5.70±1.42	-1.40	1.74
주관적 규범(Subjective Norm, SN)[2)]			
급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
SN1: 나의 가족은 내가 급식업체 "A"를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다	5.53±1.13	-.62	.07
SN2: 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 "A"를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다	5.52±1.10	-.54	-.03
SN3: 나의 친구들은 내가 급식업체 "A"를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다	5.53±1.07	-.46	-.24
주관적 행동통제(Perceived Behavioral Control, PBC)[2)]			
급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고, 급식업체 "A"가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우,			
PBC1: 내 의사에 따라 급식업체 "A"의 이용여부를 결정할 수 있을 것이다	5.23±1.37	-.93	.99
PBC2: 내가 원하기만 한다면, 다른 음식점 대신 급식업체 "A"를 이용할 수 있을 것이다	5.17±1.38	-.92	.80
PBC3: 급식업체 'A'의 이용여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있을 것이다.	5.17±1.43	-.95	.81
이용의도(Intention, IN)[2)]			
급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
IN1:나는 다른 음식점에서 식사할 수 있다고 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다.	4.91±1.16	-.60	.67
IN2: 급식업체 "A"의 비용 부담의 증가로 가격이 오른다 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다.	4.37±1.19	-.37	.19
IN3: 나는 급식업체 'A'를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다.	4.80±1.10	-.37	.41

1) 모든 항목은 7점 형용사 척도로 측정됨
2) 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨

(4) 추가 잠재요인

본 연구에 사용된 계획행동이론의 확장모형에 추가된 잠재요인인 지각된 품질과 윤리적 규범의 측정 변수들에 대한 기술적 통계치는 <표 9>과 같다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'의 음식과 서비스에 대한 지각된 품질(Perceived Quality, PQ)의 경우, 평균의 범위는 4.98~5.30로 위생적 품질(5.30), 영양적 품질(5.18), 서비스 품질(5.09), 음식의 맛(4.98)의 순으로 품질이 우수할 것으로 인식됨을 알 수 있었다.

윤리적 규범(Personal Moral Norm, PN)의 경우, 평균의 범위는 4.13~4.95로 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 "급식업체 A를 이용하지 않는 것에 대한 죄책감을 느낄 것이다(4.95)"에 대한 평균이 가장 높았고, "급식업체 A를 이용하는 것에 의무감을 느낄 것이다(4.27)"와 "책임감을 느낄 것이다(4.13)"의 순으로 나타났다.

<표 9> 추가요인별 측정변수의 기술 통계량(n=548)

요인 및 변수[1]	M ± SD	왜도	첨도
지각된 품질(Perceived Quality, PQ)			
급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
PQ1: 급식업체 'A'는 영양적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다.	5.18±1.01	-.61	1.16
PQ2: 급식업체 'A'는 위생적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다.	5.30±1.03	-.51	.62
PQ3: 급식업체 'A'의 음식 맛은 좋을 것이다.	4.98±1.05	-.36	.37
PQ4: 급식업체 'A'의 서비스 품질은 좋을 것이다.	5.09±1.10	-.37	.10
윤리적 규범(Personal Moral Norm, PN)			
급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
PN1: 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 의무감을 느낄 것이다.	4.27±1.26	-.59	.45
PN2: 나는 급식업체 'A'를 이용하지 않는 것에 죄책감을 느낄 것이다.	4.95±1.46	-.24	-.62
PN3: 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 책임감을 느낄 것이다.	4.13±1.38	-.39	.10

[1] 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨

(5) 조절 변수

지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도와 이를 결정하는 선행요인들 사이에 영향을 미치는 조절변수로 사용된 응답자들의 식생활 관련 특성, 즉 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 정도를 측정한 변수들의 기술 통계량은 <표 10>과 같다. 또한 척도의 타당성을 검증하기 위해 실시한 확인적 요인분석의 결과는 <표 부록 1>에 첨부하였다.

건강한 식생활(Healthy Diet Practices: HDP)의 평균 범위는 4.41~5.31로 "밥을 주식으로 하는 우리 식생활을 매우 즐긴다(5.31)", "계절에 따른 제철 음식을 즐긴다(5.05)", "곡류, 채소・과일류, 어육류, 유제품 등 다양한 식품을 골고루 섭취한다(5.02)"의 평균이 대체로 높게 나타난 반면, "짠 음식을 피하고, 싱겁게 먹는다(4.41)", "지방이 많은 고기와 튀긴 음식을 적게 먹는다(4.43)", "하루 세끼 식사를 규칙적으로 한다(4.65)"의 평균은 낮게 나타났다. 단, "HDP5: 건강을 위해 술과 담배를 자제한다(4.76)"의 변수는 타당성의 문제로 향후 분석에서 제외되었다.

친환경 식생활(Eco-friendly Diet Pracitces: EFDP)의 평균 범위는 4.26~5.05로 "식품 구입시 원산지 표시를 확인한다(5.05)", "필요한 양만큼의 식재료를 구입하고 조리한다(4.88)", 지역 농산물을 애용한다(4.79)의 평균이 상대적으로 높게 조사된 반면, "식품구입 시 친환경 관련 인증표시를 확인한다(4.41)", "일회용 및 과대 포장된 식품은 구입하지 않는다(4.53)"의 평균은 낮았다. 단, EFDP5: "음식점에서는 알맞게 주문하고 남은 음식을 싸 온다(4.26)"의 변수는 타당성의 문제로 향후 분석에서 제외되었다.

또한 조절효과를 측정하기 위해 사용된 건강한 식생활(총 7문항)과 친환경 식생활(총 7문항) 측정변수들에 대해서는 이들의 총 평균을 각각 산출한 후, 이 평균을 중심으로 건강한 식생활(M=4.80)과 친환경 식생활(M=4.73)의 실천 수준에 따른 상·하 집단으로 응답자들을 분류하였다. 이에 따라 건강한 식생

활은 상-276명과 하-272명의 집단으로, 친환경 식생활은 상-265명과 하-283명의 집단으로 각각 분류되었다.

<표 10> 조절변수의 기술 통계량(n=548)

요인 및 변수[1]	M ± SD	왜도	첨도
건강한 식생활 실천(Healthy Diet Practices, HDP)			
HDP1: 곡류, 채소·과일류, 어육류, 유제품 등 다양한 식품을 골고루 섭취한다	5.02±1.12	-.39	.16
HDP2: 지방이 많은 고기와 튀긴 음식을 적게 먹는다	4.43±1.34	-.07	-.43
HDP3: 짠 음식을 피하고, 싱겁게 먹는다	4.41±1.38	.01	-.46
HDP4: 건강 체중을 유지하기 위해 노력한다	4.76±1.28	-.30	.04
HDP5: 건강을 위해 술과 담배를 자제한다	4.87±1.71	-.36	-.84
HDP6: 하루 세끼 식사를 규칙적으로 한다	4.65±1.62	-.26	-.66
HDP7: 밥을 주식으로 하는 우리 식생활을 즐긴다	5.31±1.19	-.51	.01
HDP8: 계절에 따른 제철 음식을 즐긴다	5.05±1.22	-.38	.07
친환경 식생활 실천(Eco-friendly Diet Practices, EFDP)			
EFDP1: 식품구입 시 친환경 관련 인증표시를 확인한다	4.41±1.31	-.27	.12
EFDP2: 농약과 화학비료를 적게 사용한 농산물을 구입한다	4.70±1.28	-.37	.22
EFDP3: 일회용 및 과대 포장된 식품은 구입하지 않는다	4.53±1.26	-.04	.01
EFDP4: 필요한 양만큼의 식재료를 구입하고 조리한다	4.88±1.17	-.39	.33
EFDP5: 음식점에서는 알맞게 주문하고 남은 음식을 싸 온다	4.26±1.56	-.26	-.62
EFDP6: 음식을 알맞게 덜어가며 식사한다	4.74±1.33	-.38	-.09
EFDP7: 식품 구입시 원산지 표시를 확인한다	5.05±1.26	-.47	.26
EFDP8: 지역 농산물을 애용한다	4.79±1.25	-.25	.09

[1] 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨

2) 측정모형 분석

구조모형의 분석에 앞서 측정모형의 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 측정모형의 타당성의 경우, 우선 각각의 요인별로 측정모형의 타당성을 평가하고 필요시 일부 측정 항목들을 제거한 후, 모든 잠재요인들을 포함하는 전체 측정모형의 타당성을 재평가하는 방식을 적용하였다.

(1) 신뢰성 평가

각각의 잠재요인에 대한 측정변수들의 내적일관성(Internal Consistency)을 측정함으로써 측정모형의 신뢰성을 검증하였다. 내적일관성을 나타내는 가장 대표적인 계수인 Cronbach's alpha 값은 0~1사이의 값으로 0.8~0.9 이상이면 바람직하고, 0.6~0.7 사이이면 수용 가능한 것으로 평가된다. 본 연구에 포함된 개별 잠재요인에 대한 측정변수들의 Cronbach's alpha 값은 모두 0.7이상으로 수용 가능한 수준인 것으로 확인되었다<표 부록 2>.

(2) 개별 잠재요인에 대한 측정모형의 타당성 평가

개별 잠재요인 별 측정모형의 타당성 평가를 위하여 각 잠재요인별로 최대우도추정법(Maximum Likelihood Estimation)을 사용한 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 실시하였다<표 부록 2>. CFA 분석결과를 바탕으로 측정변수의 요인부하량이 통계적으로 유의한가와 표준화 요인부하량의 기준값을 만족시키는가(최소 0.6이상이어야 하며, 0.7이상을 바람하다고 판정)(Bagozzi & Yi, 1988)의 여부에 따라 이를 만족시키지 못하는 항목들은 제거함으로써 측정모형을 수정하였다. 또한 측정모형의 관측변수가 4개 이상으로 적합도 판정이 가능한 태도, 행동적 신념체계, 지각된 품질의 경우, 적합도의 개선을 위하여 측정모형의 분석결과 제시되는 수정지수를 참고한 후

Cross-loading 현상이 나타나는 측정변수들을 삭제하였다.

이에 따라 모두 4개의 변수들이 제거되었고, 총 9개 잠재요인에 대한 총 28개의 측정변수가 추출되었다. 제거된 변수는 행동적 신념체계의 1개 항목("급식업체 'A'를 이용하는 것은 급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것이다"에 대한 기대와 이의 중요성에 대한 평가항목)과 태도의 1개 항목("급식업체 'A'를 이용하는 것은 필요하지 않다 또는 필요하다"에 대한 항목), 지각된 품질의 1개 항목("급식업체 'A'의 음식 맛은 좋을 것이다"에 대한 항목), 그리고 윤리적 규범의 1개 항목("나는 급식업체 'A'를 이용하지 않는 것에 죄책감을 느낄 것이다"에 대한 항목)을 포함하였다.

(3) 전체 잠재요인에 대한 측정모형의 타당성 평가

개별 잠재요인별 측정모형의 타당성을 평가한 결과 남아있는 변수들을 이용하여 전체 잠재요인을 포함한 측정모형에 대한 타당성을 평가하였다. 연구모형에 포함된 전체 잠재요인과 그 측정변수를 대상으로 동시에 확인적 요인분석(CFA)을 실시한 결과는 <표 11>과 같다. 우선 측정모형의 적합도 지수는 χ^2(df)=854.2(314)이고 이에 대한 p<.001으로 유의적으로 나타났지만, Normed χ^2=2.721(권장수준 2.0~3.0이하), GFI=.884, TLI=.944, CFI=.953(모두 권장수준 0.9이상), RMSEA=.056(권장수준 0.08~0.1이하)로 적합도 지수의 권장수준을 대체로 만족시키는 것으로 확인되었다.

측정모형의 타당성은 집중타당성(Convergent Validity)과 판별타당성(Discriminant Validity)으로 평가되었다. 집중타당성은 하나의 잠재요인에 대한 두 개 이상의 측정도구가 상관관계를 갖는 정도로서, 대표적인 판단기준으로 표준화 요인부하량(Factor Loading)의 크기, 평균분산추출값(Average Variance Extracted: AVE)과 개념 신뢰도 값(Construct Reliability: CR)이 사용된다(이학식 & 임지훈, 2011). 즉 잠재요인을 측정하는 측정변수들의 표준화

요인부하량이 높고 통계적으로 유의하면 해당 측정변수들 간에 집중 타당성이 있다고 볼 수 있다. 이 경우 표준화 요인부하량은 적어도 0.6이상이어야 하며, 0.7이상일 경우 바람직하다고 평가한다(Bagozzi & Yi, 1988). 평균분산추출값(AVE)은 표준화 요인부하량을 제곱한 값들의 평균으로 그 값이 0.5 이상일 경우 집중 타당성이 있는 것으로 판단한다(Fornell & Larcker, 1981). 잠재요인의 개념 신뢰도(CR) 값은 표준화 요인부하량과 오차분산의 값으로 계산되며 그 값이 0.7 이상이면 집중타당성을 갖는 것으로 받아들여진다.

반면 판별타당성은 한 잠재요인이 실제로 다른 잠재요인과 얼마나 다른가에 대한 것으로 평가의 대상이 되는 두 잠재요인 각각의 AVE값과 두 잠재요인 간 상관관계의 제곱값을 비교함으로써 판단할 수 있다. 즉 각각의 AVE값이 모두 상관관계의 제곱값보다 클 경우 판별타당성이 있다고 평가한다(Fornell & Larcker, 1981).

<표 11>에서 볼 수 있듯이, 모든 측정변수에 대한 표준화 요인부하량의 값은 통제적 신념체계에 대한 첫 번째 측정변수(CB1PC1)를 제외하고 모두 0.7를 상회하였으며, t값 역시 모두 유의한 것으로 확인할 수 있었다. 단, 표준화 요인부하량이 0.635로 기준치인 0.7와 근소한 차이를 보인 "급식업체 A의 비용증가로 가격이 오를 것 같다"에 대한 기대와 이의 영향력에 대한 평가항목 변수는 정보손실을 우려하여 삭제하지 않았다. AVE 값과 CR 값도 모든 잠재요인에 대하여 각각의 기준값인 0.5와 0.7 이상으로 나타나 본 연구 측정모형의 집중 타당도를 입증할 수 있었다. 또한 모든 잠재요인을 두개의 쌍으로 묶어 이들 간 상관관계의 제곱값과 각 쌍을 이루는 잠재요인별 AVE값을 비교한 결과, 모든 잠재요인의 쌍에서 AVE값이 상관관계의 제곱값보다 큰 것으로 나타나 판별타당성의 기준을 만족함을 확인할 수 있었다<표 12>.

<표 11> 전체 잠재요인을 포함한 측정모형의 확인적 요인분석(n=548)

잠재요인	표준화 요인적재량	t-값	적합도 지수
태도(AT)			
지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것은			
AT1: 매우 나쁘다 - 매우 좋다	0.793	–[1]	
AT2: 매우 중요하지 않다 - 매우 중요하다	0.819	18.668***	
AT4: 매우 가치없다 - 매우 가치있다	0.772	17.804***	
행동적 신념 x 결과평가(BB*i*OE*i*)			
지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 'A'를 이용하는 것은			
BB1OE1: 경제발전에 기여할 것이라는 기대와 이의 중요성에 대한 평가	0.900	–[1]	
BB2OE2: 사회의 균형된 발전에 기여할 것이라는 기대와 이의 중요성에 대한 평가	0.872	29.620***	
BB3OE3: 환경보호에 도움이 될 것이라는 기대와 이의 중요성에 대한 평가	0.795	24.596***	
BB5OE5: 급식업체의 경제적 성장에 기여할 것이라는 기대와 이의 중요성에 대한 평가	0.705	20.025***	χ^2(df)=854.2(314)
BB6OE6: 지역사회의 발전에 기여할 것이라는 기대와 이의 중요성에 대한 평가	0.858	26.515***	p<.001
주관적 규범(SN)			χ^2/df=2.721
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			GFI=.884
SN1: 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다	0.935	–[1]	TLI=.944
SN2: 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다	0.953	44.277***	CFI=.953
SN3: 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다	.0.914	38.497***	RMSEA=.056
규범적 신념 x 순응동기(NB*i*MC*i*)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
NB1MC1: 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이라는 기대와 이에 따르려는 의지	0.838	–[1]	
NB2MC2: 나의 직장동료는 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이라는 기대와 이에 따르려는 의지	0.946	29.193***	
NB3MC3: 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이라는 기대와 이에 따르려는 의지	0.883	26.515***	

[1] 비표준화 인과계수(estimate)를 1로 고정시킨 경우로 t값과 p값이 도출되지 않음

<표 11> 전체 잠재요인을 포함한 측정모형의 확인적 요인분석(n=548)(계속)

잠재요인	표준화 요인적재량	t-값	적합도 지수
지각된 행동통제(PBC)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고, 급식업체 'A'가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우,			
PBC1: 내 의사에 따라 급식업체 'A'의 이용여부를 결정할 수 있을 것이다	0.850	–[1]	
PBC2: 내가 원하기만 한다면, 다른 음식점 대신 급식업체 'A'를 이용할 수 있을 것이다	0.928	29.185***	
PBC3: 급식업체 'A'의 이용여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있을 것이다.	0.915	28.680***	
통제신념 x 통제요인의 영향력(CB*i*PC*i*)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
CB1PC1: 급식업체 'A'의 비용증가로 가격이 오를 것이라는 기대와 이의 영향력에 대한 평가	0.635	–[1]	
CB2PC2: 급식업체 'A'의 이용이 불편해 질 것이라는 기대와 이의 영향력에 대한 평가	0.810	13.543***	
CB3PC3: 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알기 어려울 것이라는 기대와 이의 영향력에 대한 평가	0.813	13.536***	χ^2(df)=854.2(314)
윤리적 규범(PN)			p<.001
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			χ^2/df=2.721
PN1: 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 의무감을 느낄 것이다.	0.871	–[1]	GFI=.884
PN3: 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 책임감을 느낄 것이다.	0.836	14.793***	TLI=.944
지각된 품질(PQ)			CFI=.953
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			RMSEA=.056
PQ1: 급식업체 'A'는 영양적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다.	0.892	–[1]	
PQ2: 급식업체 'A'는 위생적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다.	0.894	27.762***	
PQ4: 급식업체 'A'의 서비스 품질은 좋을 것이다.	.0.795	23.302***	
행동의도(IN)			
급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면,			
IN1:나는 다른 음식점에서 식사할 수 있다고 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다.	0.782	–[1]	
IN2: 급식업체 "A"의 비용 부담의 증가로 가격이 오른다 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다.	0.749	17.106***	
IN3: 나는 급식업체 'A'를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다.	0.824	18.531***	

[1] 비표준화 인과계수(estimate)를 1로 고정시킨 경우로 t값과 p값이 도출되지 않음

<표 12> 전체 잠재요인을 포함한 측정모형의 타당성 평가(n=548)

	IN	AT	SN	PBC	BB*i*OE*i*	NB*i*MC*i*	CB*i*PC*i*	PQ	PN
행동의도(IN)									
태도(AT)	.378[1)] (.143)[2)]								
주관적규범(SN)	.515 (.265)	.614 (.377)							
지각된 행동통제(PBC)	.357 (.127)	.294 (.086)	.414 (.171)						
행동적 신념 x 결과평가 (BB*i*OE*i*)	.549 (.301)	.610 (.372)	.777 (.604)	.370 (.137)					
규범적 신념 x 순응동기 (NB*i*MC*i*)	.602 (.362)	.434 (.188)	.653 (.426)	.447 (.200)	.627 (.393)				
통제신념 x 통제요인의 영향력(CB*i*PC*i*)	-.134 (.018)	-.088 (.008)	-.124 (.015)	-.009 (.000)	-.118 (.014)	.010 (.000)			
지각된 품질(PQ)	.531 (.282)	.478 (.228)	.559 (.312)	.295 (.087)	.580 (.336)	.578 (.334)	-.131 (.017)		
윤리적 규범(PN)	.522 (.272)	.173 (.030)	.230 (.053)	.247 (.075)	.324 (.105)	.407 (.166)	.091 (.008)	.364 (.132)	
평균분산추출값 (Average Variance Extracted: AVE)	.62	.63	.87	.81	.69	.79	.57	.74	.73
잠재요인 신뢰도 (Construct Reliability, : CR)	.98	.97	.99	.99	.99	.99	.96	.99	.95

1): 잠재요인 간 상관계수
2) (잠재요인 간 상관계수)^2

Note. IN: Behavioral Intention, AT: Attitude, SN: Subjective Norm, PBC: Perceived Behavioral Control, BB_iOE_i: Behavioral Belief$_i$ x Outcome Evaluation$_i$, NB_iMC_i: Normative Belief$_i$ x Motivation to Comply$_i$, CB_iPC_i: Control Belief$_i$ x Power of Control Factors$_i$, PQ: Perceived Quality, PN: Personal Moral Norm

3) 구조모형 분석

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 설명하는 최종모형의 선택을 위한 구조모형 분석에서는 측정모형의 타당성 분석 과정을 통하여 부적합한 것으로 판정된 항목들을 제거하고 남은 측정변수들(총 9개 잠재요인의 28개 측정변수)로 구성된 잠재요인 간의 관계를 추정하고 가설을 검증하였다.

(1) 구조모형의 적합도 검정

구조모형의 타당성과 가설을 검증하기 전, 본 연구에서 사용된 계획행동이론의 확장모형(Extended TPB Model)이 지속가능한 급식에 대한 소비자들의 이용의도를 설명하는데 있어 계획행동이론의 기본모형(Original TPB Model)에 비하여 모형 적합도와 설명력 측면에서 우수한지의 여부를 측정하였다. 또한 본 연구에서 사용된 계획행동이론 확장모형의 적합도를 더욱 개선할 여지가 있는지 확인하기 위하여 구조모형분석 결과 제시되는 수정지수(Modification Indices)를 바탕으로 모형의 수정을 시도하였다. 단, 수정지수는 어느 두 잠재요인 간 새로운 경로를 추가할 경우 모형의 적합도가 얼마나 개선될 수 있는지를 보여주지만, 새로운 경로의 추가는 이를 지지할 수 있는 이론적 타당성을 확보할 수 있어야 한다(배병렬, 2011). 따라서 수정지수에 따라 새로운 경로를 추가하기 전 이를 지지할 수 있는 이론적 타당성을 우선적으로 고려하였다.

모형의 적합도 평가에 있어서는 χ^2 검증을 통하여 모형과 실제 자료가 부합하는 정도를 평가하는 것이 가장 중요하지만, χ^2 검증의 경우 표본크기에 민감하여 표본크기가 클 경우 모형을 쉽게 기각한다는 문제가 있으므로 절대 적합도 지수인 RMSEA, GFI와, 증분 적합도 지수인 TLI, CFI 등을 함께 고려하였다. RMSEA는 .05이하일 경우 매우 좋은 적합도, .08이하일 경우 좋은 적

합도로 해석되며, GFI, TLI, CFI는 .90이상이면 양호한 적합도로 해석된다(이학식 & 임지훈, 2011). 또한 내포모형(Nested Model) 관계에 있는 두 모형을 비교할 때에는 χ^2 차이검정에 따라 χ^2값의 감소가 자유도의 감소를 만회할 만큼 충분히 큰가를 확인하였다.

(2) 조절효과의 검증

본 연구에서는 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도에 미치는 4개 잠재요인들(태도, 주관적 신념, 지각된 행동통제, 윤리적 규범)의 영향력이 성별(남, 녀), 연령(10대, 20대, 30대, 40대), 교육수준(대졸 미만, 대졸, 대학원 재학 이상), 소득수준(월 2백만 원 미만, 월 2백~4백만 원, 월 4백~6백만 원, 월 6백만 원 이상)과 건강한 식생활(상, 하), 친환경 식생활(상, 하)의 실천수준에 따른 소비자 집단에 따라서 차이가 있을 것으로 예상하였다. 이에 따라 응답자의 인구통계학적 특성 즉, 성별, 연령, 교육수준, 소득수준과 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 수준에 따른 다중집단분석을 통하여 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도와 선행요인들 간의 관계에 미치는 이들 변수들의 조절효과(Moderating Effect)를 확인하였다.

다중집단분석은 잠재요인 간 경로에 미치는 조절변수의 효과를 분석하는 방법으로 이의 시행을 위해서는 집단 간 형태불변성과 측정불변성이 전제가 되어야 한다(배병렬, 2011). 형태불변성이란 다중집단에서 개념의 요인구조가 동일함을 뜻하며, 측정불변성이란 각 요인들이 다중집단 사이에서 동일한 의미로 이해됨을 말한다. 따라서 각 변수별 집단의 조절효과를 분석하기 전에 집단 별로 형태불변성을 검증하였고, 다중집단 간 요인부하량을 동일하게 설정한 제약모형과 아무런 설정을 하지 않은 비제약모형을 비교하는 매트릭 불변성을 통하여 측정불변성을 확인하였다.

이후 이용의도에 영향을 미치는 4개의 직접적 선행요인(태도, 규범적 신념,

지각된 행동통제, 윤리적 규범)과 이용의도 간 경로에서 조절변수들의 효과를 검증하기 위하여 두 번의 구조모형분석을 실시하였다. 조절효과를 검증하기 위한 구조모형분석은 해당 잠재요인 간의 관계가 동일하다는 제약을 설정한 제약모형과 제약을 설정하지 않은 비제약모형에 대한 분석을 포함하고, 이의 결과를 바탕으로 한 제약모형과 비제약모형 간의 χ^2 차이검증을 통하여 각 조절변수의 효과를 검증하였다.

제 3절. 결과 및 논의

1. 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식 및 이용의도

1) 소비자의 지속가능성 개념에 대한 인식

급식에 있어 그린 또는 친환경과 관련하여 지속가능성의 개념에 대한 소비자 인식을 조사한 결과, 근소한 차이이긴 하나 지속가능성은 그린 또는 친환경성과/보다 '동일한 개념'이라고 답한 응답자의 비율이 32%, '광의의 개념'이 28%였고, '별개의 개념' 및 '협의의 개념' 등 기타 의견이 40%로 조사되었다.

지속가능성의 개념에 대한 소비자 인식은 이들의 연령 및 교육수준과 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 영국의 SRA(2010)와 Sustain(2010)은 그린은 지속가능성에 긍정적인 기여를 할 수 있도록 설계된 제품과 서비스를 의미하며, 따라서 식품 혹은 외식에 있어 지속가능성(Sustainability)은 그린(Being green)보다 광의의 개념임을 명시하였다. 기타의 의견을 제외하고 볼 때, 지속가능성의 개념을 SRA(2010)와 Sustain(2010)에서 정의한대로 그린보다 광의의 개념으로 이해하는 경향은 연령대가 낮은 20~30대 집단과 교육수준이 높은 대학(교) 졸업 이상의 집단에서 더 높게 나타났다. 반면, 연령대가 높은 40~50대 집단과 교육수준이 대학(교) 졸업미만의 집단에서는 '지속가능성을 그린 또는 친환경성과 동일한 개념'으로 인식하는 경향을 보였다.

연령과 교육수준을 제외한 소비자의 인구통계학적 특성인 성별, 소득수준과 식생활 관련 특성인 건강한 식생활 또는 친환경 식생활의 실천수준에 따른 지속가능성의 개념에 대한 소비자 인식 분포 상에는 유의한 차이가 나타나지 않았다<표 13>.

<표 13> 소비자의 지속가능성 개념에 대한 인식(n=548)

구분	연령				교육수준			전체
	20 대	30 대	40 대	50 대	대학(교) 졸업미만	대학(교) 졸업	대학원 재학이상	
	n (%)				n (%)			
지속가능성은 그린 또는 친환경성보다 광의의 개념이다	32 (29.1)	48 (30.0)	47 (29.9)	28 (25.6)	15 (13.3)	113 (31.3)	27 (36.5)	155 (28.3)
지속가능성은 그린 또는 친환경성과 동일한 개념이다	28 (25.5)	44 (27.5)	50 (31.8)	54 (44.6)	52 (46.0)	104 (28.8)	20 (27.0)	176 (32.1)
지속가능성은 그린 또는 친환경성보다 협의의 개념이다	23 (20.9)	33 (20.6)	16 (10.2)	8 (6.6)	12 (10.6)	58 (16.1)	10 (13.5)	80 (14.6)
지속가능성은 그린 또는 친환경성과 별개의 개념이다	27 (24.5)	35 (21.9)	44 (28.0)	31 (23.1)	34 (30.1)	86 (23.8)	17 (23.0)	137 (25.0)
p 값 [1]	.002				.001			

[1] χ^2-검정

2) 소비자의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성

급식에 있어 “지속가능한 발전에 대하여 잘 알고 있다고 생각하는가”에 대한 질문을 통하여 지속가능한 급식에 대한 소비자 의식수준을 7점 척도로 측정한 결과, 평균은 4.89였다. 지속가능한 급식에 대한 소비자 의식은 이들의 모든 인구통계학적 특성 즉, 성별($p<.05$), 연령($p<.001$), 교육수준($p<.01$), 소득수준($p<.001$)과 식생활 관련 특성, 즉 건강한 식생활($p<.001$), 친환경 식생활($p<.001$)의 실천 수준에 따라서 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것을 알 수 있었다. 즉 남성이고, 연령대가 높으며, 교육수준과 소득수준이 높을수록 또한 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 수준이 높은 소비자 집단일수록 급식에 있어 지속가능한 발전에 대한 의식수준이 높은 경향을 보였다. 특히 50대에 대학원 재학 이상의 교육수준을 보유하고 월 6백만 원 이상의 가계 소득을

올리는 소비자 집단이 다른 집단에 비하여 지속가능한 급식에 대한 의식수준이 유의적으로 높은 경향이 있는 것으로 조사되었다<표 14>.

소비자가 인식하는 지속가능한 급식의 필요성을 7점 척도로 측정한 결과 평균은 5.75로 비교적 높은 수준을 보였다. 지속가능한 급식의 필요성에 대한 소비자 인식은 이들의 식생활 관련 특성, 즉 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 수준에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 즉, 건강한 식생활($p<0.001$)과 친환경 식생활($p<0.001$)을 실천하는 소비자 집단일수록 이러한 필요성을 높게 인식하는 경향을 보였다. 반면, 응답자의 인구통계학적 특성, 즉 성별($p=.490$), 연령($p=.568$), 교육수준($p=.978$), 소득수준($p=.132$)에 따라서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다<표 14>.

소비자가 지속가능성의 개념에 대해 혼돈을 겪고 있는 것에 비해, 지속가능한 급식에 대한 이들의 의식과 지각된 필요성은 측정에 사용된 7점 척도의 중간 값인 4점을 상회하는 비교적 높은 수준을 보였다. 이는 2008년 지속가능경영원에서 실시한 조사에서 지속가능성과 지속가능한 발전에 대한 국민들의 일반적인 의식 수준이 2006년 38.7%에서 2008년 65.8%로 크게 성장한 것으로 나타난 결과와 유사한 맥락에서 이해될 수 있다(지속가능경영원, 2008).

지속가능한 급식에 대한 의식수준은 소비자의 모든 인구통계학적 그리고 식생활 관련 변수에 걸쳐 유의적인 차이를 보였으나, 지속가능한 급식의 필요성의 경우는 소비자의 식생활 관련 변수에 걸쳐서만 유의적인 차이를 나타냈다. 그린/친환경성 또는 지속가능한 식품/외식과 관련된 소비자의 인식과 행동을 조사한 선행연구들은 소비자들의 이러한 인식과 행동을 결정짓는 인구통계학적 요인들의 유의성에 대해 서로 상반된 결과들을 보여주고 있다(Han 등, 2011; Vermeir & Verbeke 2006). 따라서 푸드/외식과 관련하여 그린/친환경성 또는 지속가능성의 이슈를 논함에 있어 인구통계학적 요인들의 영향력을 일반화하는 것에는 다소 무리가 있는 것으로 사료된다. Robison & Smith(2002)은

<표 14> 소비자의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성(n=548)

구분	의식		필요성	
	M±SD	p값	M±SD	p값
성별				
남성	4.96±1.13	0.035[1)]	5.73±1.07	.490[1)]
여성	4.76±1.05		5.80±1.09	
연령				
20~29세	4.62±1.21[a]	<.001[2)]	5.64±1.16	.568[2)]
30~39세	4.83±1.13[a]		5.77±1.12	
40~49세	4.89±1.04[a]		5.76±1.07	
50~59세	5.23±0.97[b]		5.83±0.94	
교육수준				
대학(교) 졸업 미만	4.73±1.17[a]	.004[2)]	5.73±1.05	.978[2)]
대학(교) 졸업	4.87±1.07[a]		5.76±1.07	
대학원 재학 이상	5.26±1.07[b]		5.76±1.18	
월평균 가계소득(원)				
2백만 원 미만	4.39±1.28[a]	.002[2)]	5.57±1.11	.132[2)]
2백만 원 이상~4백만 원 미만	4.87±1.08[b]		5.67±1.07	
4백만 원 이상~6백만 원 미만	4.98±1.06[b]		5.82±1.09	
6백만 원 이상	5.07±1.09[b]		5.93±1.02	
건강한 식생활 실천수준				
높다	5.21±1.09	<.001[1)]	5.97±0.92	<.001[1)]
낮다	4.57±1.03		5.53±1.17	
친환경 식생활 실천수준				
높다	5.28±1.02	<.001[1)]	6.00±0.90	<.001[1)]
낮다	4.54±1.06		5.53±1.17	
전체 평균	4.98±1.18		5.75±108	

[1)] t-검정
[2)] ANOVA

로컬/오가닉/지속가능한 식품에 대한 소비자들의 구매행동을 예측함에 있어 인구통계학적 요인들은 사회, 심리학적 요인들에 비해 영향력이 크지 않음을 지적한 바 있다. 본 연구결과 역시 급식에 있어 지속가능한 발전에 대한 소비자들의 인식에 미치는 인구통계학적 요인들의 영향력이 선행연구의 결과와 부분적으로만 일치할 뿐이고, 그 영향력 또한 소비자들의 식생활 관련 요인들에 비해 크지 않음을 보여 줌으로써 이러한 선행연구의 결과를 뒷받침해 주는 것으로 보인다.

3) 소비자가 인식하는 지속가능한 급식 실현의 장애요인

소비자가 인식하는 지속가능한 급식의 실현에 대한 장애요인으로는 '급식업체의 노력 부족(M=5.59)', '급식업체와 소비자 사이의 커뮤니케이션 부족(M=5.44)' 문항에 대한 평균값이 기타 사회 혹은 정부의 지원과 관련된 문항 그리고 소비자의 인식부족에 대한 문항의 평균값보다 상대적으로 높게 평가되었다<표 15>.

<표 15> 소비자가 인식하는 지속가능한 급식 실현의 장애요인(n=548)

구분	M ± SD
급식업체의 노력 부족이 장애요인이다	5.59 ± 1.12
소비자와 급식업체 사이의 커뮤니케이션 부재가 장애요인이다	5.44 ± 1.16
정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재가 장애요인이다	5.37 ± 1.27
제반 여건(예: 지역농산물 유통 시스템, 친환경 상품 개발 및 생산 시스템 등) 성숙의 미비가 장애요인이다	5.32 ± 1.26
소비자들의 인식 부족이 장애요인이다	5.24 ± 1.22
사회적 홍보(매스미디어 등을 이용한 대국민 홍보)의 부재가 장애요인이다	5.15 ± 1.25

이는 Sustain이 2007년 발간한 One Planet Dining이란 보고서에서 지속가능한 외식을 실현하는데 있어 가장 큰 문제점으로 외식공급자와 소비자 사이에 지속가능한 발전에 대한 공감대가 결여된 것으로 지적된 것과 유사한 결과라 할 수 있다. 또한 이 보고서는 이러한 공감대의 결여가 '식(食)을 취급한다'는 공통점에도 불구하고 동일 이슈에 대한 소비자와 공급자 사이의 커뮤니케이션이 활발하게 이루어지고 있는 식품 소매업(Food Retailing)과는 큰 차이를 보임을 설명하였다.

즉 식품 소매업의 경우, 소비자는 건강과 환경을 고려한 제품을 요구하고 이러한 요구에 따라 공급자도 지속가능성을 고려한 제품들을 적극 판매하려고 노력한다. 그러나 외식의 경우, 소비자들은 지속가능성 대한 니즈가 있음에도 불구하고 상업적 외식업소나 급식소 비롯한 외식업장은 지속가능성을 고려한 제품과 서비스를 요구할 장소가 아니라고 인식하고 있으며, 공급자들 역시 소비자들이 자신들의 업장에서 지속가능성을 기대할 리가 없다고 인식하고 있다. 또한 소비자들은 내식을 위한 식품 구매에 있어서는 지속가능한 식품을 사는 데에 관심이 높지만, 상업적 외식이나 급식에 있어서는 원산지 등 지속가능한 식품의 사용 여부에 대한 의구심을 갖지 않는 경향이 있다. One Planet Dining (2007)은 이러한 소비자와 공급자 사이의 커뮤니케이션의 결여가 외식산업 내에서 지속가능한 발전을 실현할 수 있는 기회를 상실하게 하는 요인이 되고 있음을 지적하였다.

따라서 급식산업에 있어 지속가능한 발전을 실현하기 위해서는 급식업체와 소비자가 상호 의견과 정보를 공유할 수 있는 활발한 커뮤니케이션 채널을 구축하는 것이 필요할 것으로 보인다. 즉 이와 같은 커뮤니케이션 채널을 통하여 급식업체는 소비자들에게 지속가능한 발전을 위해 급식업체가 기울이는 관심과 노력을 알리고, 소비자들은 급식업체에 지속가능한 발전에 대해 소비자들이 인식하는 필요성과 지지의사를 전달하려는 노력이 적극 요구된다고 할

수 있다.

4) 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도

제 2절 연구방법의 4항 자료분석에서 살펴본 바와 같이 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도를 7점 척도로 측정한 결과 문항들의 평균 범위는 4.37~4.91였다. 즉, 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, "나는 다른 음식점에서 식사할 수 있다고 해도 급식업체 A를 이용할 것이다(단순이용의도)(4.91)"와 "나는 급식업체 A를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다(계속이용의도)(4.80)"의 평균이 상대적으로 높았고, "급식업체 A의 비용 부담의 증가로 가격이 오른다 해도 급식업체 A를 이용할 것이다(가격극복이용의도)(4.37)"가 가장 낮게 조사되었다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 문항의 내용에 따라 상기와 같이 단순이용의도, 계속이용의도, 가격극복이용의도로 분류하고 소비자의 인구통계학적 및 식생활 관련 특성에 따른 차이를 확인한 결과는 <표 16>와 같다. 지속가능한 급식에 대한 소비자의 단순이용의도는 이들의 연령($p<.01$)/건강한 식생활($p<.001$)/친환경 식생활($p<.001$) 실천수준과, 계속이용의도는 성별($p<.01$)/연령($p<.001$)/교육수준($p<.05$)/건강한 식생활($p<.001$)/친환경 식생활($p<.001$) 실천수준과, 마지막으로 가격극복이용의도는 성별($p<.05$)/연령(<.001)/건강한 식생활($p<.001$)/친환경 식생활($p<.001$) 실천수준에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 전반적으로 남성이고, 연령이 20대 보다 높아질수록, 건강한 식생활 또는 친환경 식생활을 실천하는 소비자 집단일수록 지속가능한 급식에 대한 이용의도가 높아지는 경향을 보였다. 특히 3가지로 분류된 이용의도에 건강한 식생활 또는 친환경 식생활의 실천정도가 공통적으로 유의적인 관련이 크다는 사실은 인식 조사결과에서와 같이 인구통계학적 특성 대비 식생활 관련 특성의 중요성을 시사해 주는 결과라 할 수 있다.

<표 16> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도(n=548)

구분	단순이용의도		계속이용의도		가격극복이용의도	
	M±SD	p값	M±SD	p값	M±SD	p값
성별						
남성	4.97±1.10	.109[1)]	4.90±1.08	.002[1)]	4.47±1.17	014[1)]
여성	4.80±1.25		4.60±1.11		4.20±1.23	
연령						
20~29세	4.59±1.15[a]		4.37±1.21[a]		3.97±1.27[a]	
30~39세	4.89±1.15[b]	.002[2)]	4.80±.98[b]	<.001[2)]	4.31±1.09[b]	<.001[2)]
40~49세	4.97±1.17[b]		4.88±1.15[bc]		4.44±1.14[b]	
50~59세	5.16±1.10[b]		5.07±.99[c]		4.74±1.21[c]	
교육수준						
대학(교) 졸업 미만	4.89±1.33		4.65±1.27[a]		4.32±1.40	
대학(교) 졸업	4.87±1.12	.171[2)]	4.78±1.05[a]	.025[2)]	4.35±1.17	.270[2)]
대학원 재학 이상	5.15±1.02		5.09±1.05[b]		4.58±.94	
월평균 가계소득(원)						
2백만원 이하	4.69±1.08		4.50±1.19[a]		4.26±1.28	
2백만원 이상~4백만원 미만	4.94±1.25	.370[2)]	4.76±1.12[ab]	.102[2)]	4.39±1.25	.905[2)]
4백만원 이상~6백만원 미만	4.90±1.06		4.86±1.08[b]		4.39±1.13	
6백만원 이상	5.04±1.16		4.94±1.03[b]		4.38±1.17	
건강한 식생활 실천수준						
높다	5.17±1.14	<.001[1)]	5.05±1.05	<.001[1)]	4.65±1.20	<.001[1)]
낮다	4.65±1.12		4.54±1.10		4.10±1.12	
친환경 식생활 실천수준						
높다	5.20±1.11	<.001[1)]	5.05±1.04	<.001[1)]	4.66±1.13	<.001[1)]
낮다	4.66±1.14		4.57±1.11		4.12±1.20	
전체 평균	4.91±1.16		4.80±1.10		4.37±1.19	

[1)] t-검정
[2)] ANOVA

5) 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사

지속가능한 급식에 대한 소비자의 추가지불의사를 묻는 설문 문항은 다음과 같이 제시되었다. 즉 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력의 결과로 비용이 상승하였고 이 비용 상승의 부담을 상쇄하기 위하여 급식업체가 가격을 인상하기로 결정했을 때, 응답자들이 급식가격의 인상에 대해 추가지불의사가 있는지를 우선 답하도록 하였고 지불의사가 있는 경우에는 추가로 얼마까지 지불할 수 있는지를 명시하도록 하였다. 이 때 설문 당시 급식업체에서 제공하는 평균 급식가격은 인당 4,000원으로 가정하였다.

응답을 분석한 결과 전체의 약 66%에 달하는 응답자들이 지속가능한 급식에 대해 추가지불의사가 있는 것으로 나타났다. 추가지불금액으로는 100원에서 3,500원까지의 다양한 금액이 언급되었고 이 금액들의 평균은 현행 가격의 20% 수준인 약 820원으로 조사되었다. 또한 이 중 추가지불금액으로 가장 많이 언급된 금액은 500원(42%)과 1,000원(40%)으로 집계되었다<표 17> <그림 11>.

Grunert & Juhl(1995)는 소비자들이 지속가능한 식품에 긍정적인 태도를 가지고 있더라도 예산상의 제약이 있다면 실제 구매에 있어 소극적이 됨을 지적한 바 있다. 이처럼 지속가능한 제품이 가지는 일반 제품과의 가격차이 등 경제적인 요인은 소비자들의 윤리적 소비를 저해하는 것으로 평가되어 왔다. 그러나 최근 지속가능한 제품 소비에 있어, 소비자들의 윤리적 규범을 포함하는 도덕적 동기의 영향력이 가격 등의 경제적 동기의 영향력보다 더 크게 작용할 수 있음이 보고되고 있다(Ozcaglar-Toulouse 등, 2006; Shaw & Shiu, 2003; Süle, 2012). 지속가능한 급식에 대하여 응답자의 과반수이상이 현행가격의 약 20%에 상응하는 금액의 지불의사를 보인 본 연구의 결과도 지속가능한 소비에 있어 가격의 영향력이 더 이상 절대적이지 않음을 시사해 주고 있다.

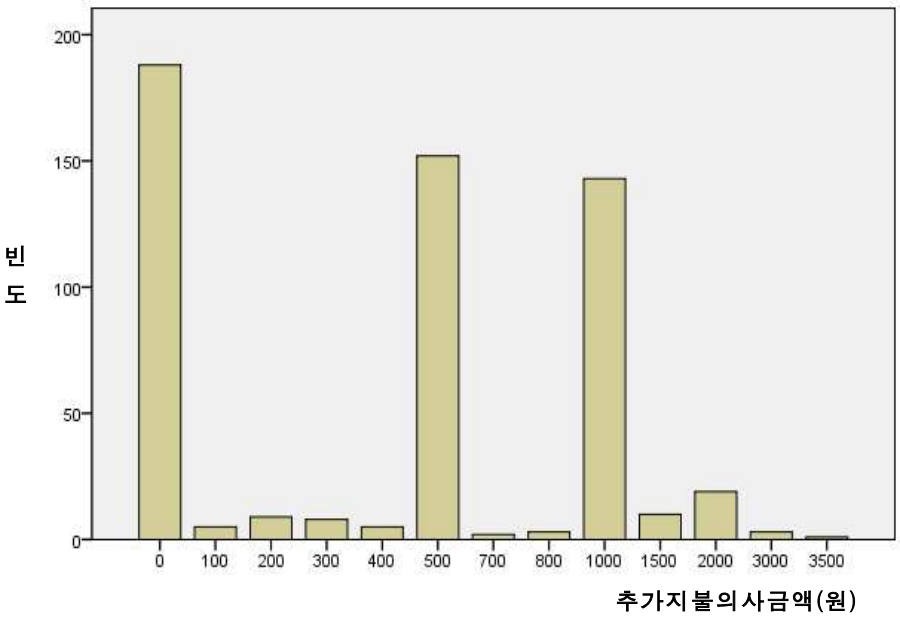
소비자들의 추가지불의사에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 응답자들의 인구통계학적 특성(성별, 연령, 교육수준, 소득수준)과 식생활 관련 특성(건강한 식생활, 친환경 식생활 실천 수준)을 독립변수로 하여 로지스틱 회귀분석을 실시한 결과, 이 중 소비자의 성별($p<.05$)과 친환경 식생활의 실천수준($p<0.01$)이 지속가능한 급식에 대한 추가지불의사에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 지속가능한 급식에 대한 추가지불의사를 보일 가능성은 남성이 여성보다 1.56배, 친환경 식생활을 활발히 실천하고 있는 소비자가 그렇지 않은 소비자에 비해 1.54배 더 높은 경향이 있음을 확인할 수 있었다 <표 18>.

녹색 또는 지속가능한 소비 등 윤리적 소비에 있어 성별의 영향에 대한 그간의 연구결과들은 서로 상반된 결과를 보여 주기도 했지만 대체로 남성보다는 여성이 이러한 소비에 대해 관심과 행동의도가 큰 경향이 있음을 보여 주었다(Banytė 등, 2010; Hines 등, 1987). 본 연구결과는 이러한 경향과는 다르게 남성이 지속가능한 급식에 대해 추가지불의사를 보일 가능성이 더 높은 것으로 나타났는데, 이는 본 연구 응답자의 성별 중 남성이 65%로 많고, 실제로 국내 경제활동인구 중 남성이 차지하는 비율이 높음에 따라(국가통계포탈, 2012), 이들의 산업체 급식 의존도와 급식의 중요성을 높이 평가할 가능성도 크기 때문일 것으로 유추된다. 또한 친환경 식생활에 대한 소비자들의 관심이나 태도가 가격, 구매나 이용에 따르는 불편 등의 장애요소를 넘어 행동의도에 반영될 수 있다는 그간의 선행연구를(Mintel, 2006; Neff & Thompson, 2007; 유소이 & 윤하영, 2009) 지지해 주는 결과라 할 수 있겠다.

<표 17> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사(n=548)

추가지불의사여부	n (%)	추가지불의사금액 (현행가[1] 대비 %)	n (%)
아니오	188(34.3)	N/A	
예	360(65.7)	< 500원(12.5%)	27(7.5)
		500원(12.5%) ≤ and <1,000(20%)	157(43.6)
		≥1,000원(20%)	176(48.9)
최소값		100원(2%)	
최대값		3,500원(87.5%)	
최빈값		500원(12.5%)	
평균추가지불의사금액		820원(20.5%)	360(100)

[1]급식의 현행가는 4,000원으로 가정함



<그림 11> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사금액의 분포(n=548)

<표 18> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 미치는 영향요인(n=548)

독립변수	β	Wals	p	Exp(β)
성별	.44	4.85	.028	1.56
연령				
20~29세		2.10	.550	
30~39세	-.14	.027	.607	.87
40~49세	-.35	1.49	.223	.71
50~59세	-.39	1.52	.218	.68
교육수준				
대학(교) 졸업 미만		.88	.645	
대학(교) 졸업	-.04	.03	.873	.96
대학원 재학 이상	-.38	.72	.397	.75
월평균 가계소득(원)				
2백만원 이하		2.91	.406	
2백만원 이상~4백만원 미만	.15	.21	.649	1.16
4백만원 이상~6백만원 미만	.46	1.84	.175	1.59
6백만원 이상	.38	.96	.327	1.46
건강한 식생활 실천수준	.01	.00	.951	1.01
친환경 식생활 실천수준	.43	10.77	.001	1.54
Constant	-1.69	7.00	.008	.19
χ^2= 64.053 (df=14), p <.001, -2LL= 640.7, Accuracy(%) = 70.3				

2. 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도: TPB 모형

1) 지속가능한 급식의 이용의도에 대한 TPB 모형

본 연구의 가설모형인 계획행동모형의 확장모형(Extended TPB Model)이 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 설명하기에 적합한 모형인지 확인하기 위하여 구조모형의 적합도를 비교한 결과는 <표 19>와 같다. <표 19>에서 볼 수 있는 바와 같이 계획행동이론의 기본모형에 지각된 품질과 윤리적 규범의 두 잠재요인을 추가한 계획행동이론의 확장모형은 모형의 적합도와 설명력(R^2) 측면에서 계획행동이론의 기본모형에 비해 우수함을 확인할 수 있었다. 즉 계획행동이론의 확장모형의 사용으로 모형의 적합도가 향상되었고, 설명력(R^2) 역시 .244에서 .436로 두 배 가까이 증가하였다.

본 연구에서 사용된 계획행동이론 확장모형의 적합도를 더욱 개선하기 위하여 구조모형분석 결과 제시되는 수정지수(Modification Indices)를 바탕으로 모형의 수정을 시도한 결과, 주관적 규범(SN)으로부터 지각된 행동통제(PBC)을 잇는 새로운 경로가 확인되었다. 해당 경로는 선행연구에서(Bamberg & Moser, 2007; Bamberg & Schmidt, 2003; Kallgren & Cialdini, 2000) 제안된 것과 같이 특정 행동, 특히 친환경 관련 행동에 있어 준거집단의 압력이 사회적 제재에 대한 두려움으로 작용하여 행동 의도에 직접적인 영향을 미치기도 하지만, 타인들이 특정 행동을 어떻게 받아들이는지에 대한 사회적 정보처럼 기능하여 해당 행동 수행의 난이(難易)에 간접적인 영향을 미칠 수 있다는 사실을 반영한다.

계획행동이론의 확장모형과 주관적 규범(SN)으로부터 지각된 행동통제(PBC)를 잇는 새로운 경로를 추가하여 수정된 확장모형과의 모형 적합도와 설명력을 비교한 결과, 수정 후의 확장모형이 수정 전에 비하여 우수한 모형

적합도와 설명력을 갖는 것으로 나타났다<표 19>. 즉 모형의 적합도(Normed χ^2: 4.095->3.818, RMSEA: .075->.072, TLI=.901->.910, CFI: .903->.921)가 향상되었고, 설명력(R^2) 역시 .436에서 .456으로 증가함을 알 수 있었다. 또한 이 두 모형이 내포모형(Nested Model)관계임에 따라 χ^2 차이검정으로 모형의 적합도를 비교한 결과, 수정 후 확장모형의 χ^2값의 감소가 자유도의 감소를 만회할 만큼 충분히 크게 나타났다($\Delta\chi^2$=95.8>$\chi^2_{.05}$(1)=3.84, Δdf=1). 따라서 세 모형 중 가장 우수한 것으로 평가된 계획행동이론의 수정 후 확장모형을 본 연구의 가설검정을 위한 최종모형으로 선택하였다.

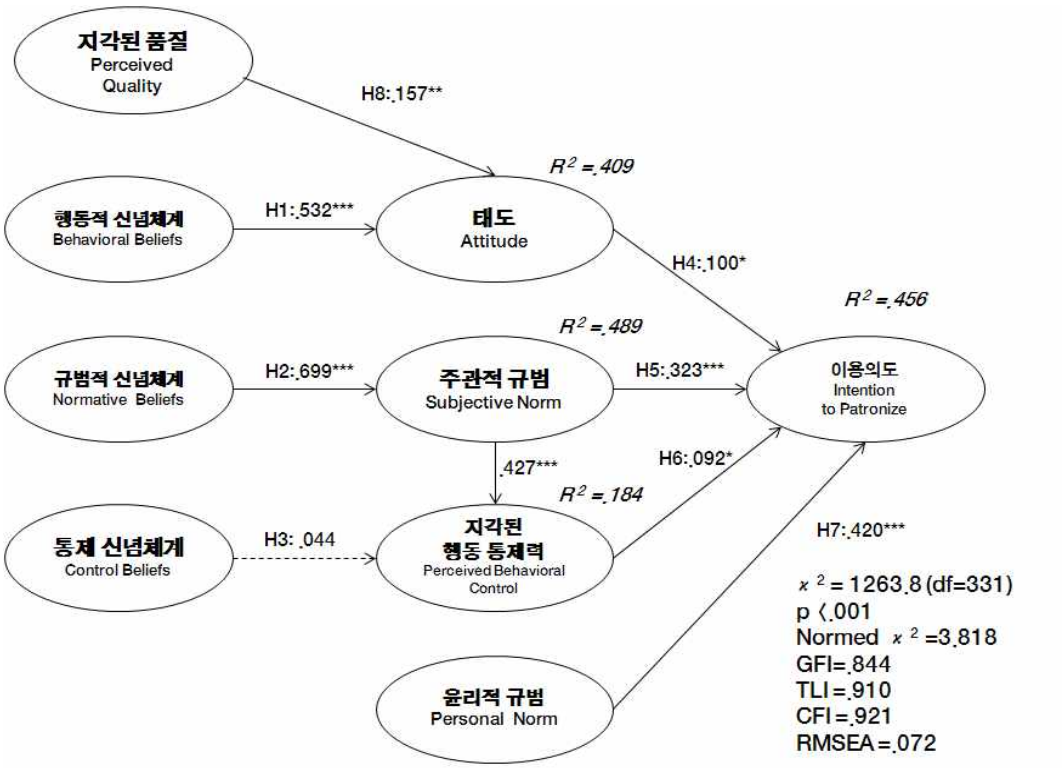
<표 19> 소비자 이용의도에 대한 구조모형 비교

구분	TPB 기본모형	TPB 확장모형	수정된 TPB 확장모형 (최종모형)
적합도지수			
Chi-squares(χ^2)	1165.7	1359.6	1263.8
df	221	332	331
p	<.001	<.001	<.001
χ^2/*df* (Normed χ^2)	5.275	4.095	3.818
GFI	.831	.834	.844
TLI	.890	.901	.910
CFI	.904	.903	.921
RMSEA	.088	.075	.072
설명력(R^2)			
행동의도(IN)	.244	.436	.456
태도(AT)	.397	.409	.409
주관적 규범(SN)	.486	.482	.489
지각된 행동통제(PBC)	.000	.000	.184

Note. IN: Behavioral Intention, AT: Attitude, SN: Subjective Norm, PBC: Perceived Behavioral Control

2) 지속가능한 급식의 이용의도에 영향을 미치는 요인

수정 후 계획행동이론의 확장모형을 바탕으로 소비자 이용의도에 영향을 미치는 요인 간 관계에 설정된 본 연구의 가설을 검증하였으며, 그 결과 각 경로 상에서 확인된 표준화 추정계수의 방향성과 유의성은 <그림 12>, <표 20>와 같다.



Note: ⟶ 통계적으로 유의함 ⇢ 통계적으로 유의하지 않음

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

<그림 12> 지속가능한 급식의 소비자 이용의도에 영향을 미치는 요인
(최종모형: 수정된 TPB 확장모형, n=548)

<표 20> 지속가능한 급식의 소비자 이용의도에 대한 가설검정(n=548)

가설 및 경로	표준화 추정치	p값	결과
H1: 행동적 신념체계(BB_iOE_i) -> 태도(AT)	.532	p<.001	채택
H2: 규범적 신념체계(NB_iMC_i) -> 주관적 규범(SN)	.699	p<.001	채택
H3: 통제 신념체계(CB_iPC_i) -> 지각된 행동통제(PBC)	.044	p=.325	기각
H4: 태도(AT) -> 행동의도(IN)	.100	p=.024	채택
H5: 주관적 규범(SN) -> 행동의도(IN)	.323	p<.001	채택
H6: 지각된 행동통제(PBC) -> 행동의도(IN)	.092	p=.036	채택
H7: 윤리적 규범(PN) -> 행동의도(IN)	.420	p<.001	채택
H8: 지각된 품질(PQ) -> 태도(AT)	.157	p=.003	채택
주관적 규범(SN) -> 지각된 행동통제(PBC)	.427	p<.001	추가경로 채택
R^2(IN)=.456			
R^2(AT)=.409			
R^2(SN)=.489			
R^2(PBC)=.184			
적합도 지수	χ^2=1263.8(df=3315), p<.001, χ^2/df =3.818		
	GFI=.844		
	TLI=.910		
	CFI=.921		
	RMSEA=.072		

Note. IN: Behavioral Intention, AT: Attitude, SN: Subjective Norm, PBC: Perceived Behavioral Control
BB_iOE_i: Behavioral Belief*i* x Outcome Evaluation*i*, NB_iMC_i: Normative Belief*i* x Motivation to Comply*i*
CB_iPC_i: Control Belief*i* x Power of Control Factor*i*, PQ: Perceived Quality, PN: Personal Moral Norm

총 11개의 가설 중 10개가 채택되었고, 모형의 수정과정에서 1개의 경로가 추가로 확인되었다. 통제적 신념(CB*i*PC*i*)과 지각된 행동통제(PBC)사이의 관계를 설정한 가설 3은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나 기각되었다 (p=.325).

지속가능한 급식의 이용에 대한 행동적 신념체계(BB*i*OE*i*)와 태도(AT)간 표준화 추정계수는 .532(p<.001)로 가설 1이 지지되었다. 이는 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 이용에 대한 소비자의 행동적 신념체계가 태도에 '정'의 영향을 미치는 것을 의미하는 것으로 소비자가 지속가능한 급식을 이용하는 것이 자원의 효율적인 이용을 통한 경제 발전과 사회의 균형된 발전에 기여하고, 환경 보호 및 지역사회의 발전에 도움이 된다는 신념을 가지고 이의 중요성을 높이 평가할수록 이러한 급식업체의 이용에 호의적인 태도를 갖는 것을 말한다.

지속가능한 급식의 이용에 대한 규범적 신념(NB*i*MC*i*)과 주관적 규범(SN)간 표준화 추정계수는 .699(p<.001)로 가설 2가 지지됨을 확인할 수 있었다. 이는 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 규범적 신념이 주관적 규범에 '정'의 영향을 미치는 것을 의미하는 것으로 소비자가 중요하게 여기는 준거집단인 가족, 직장동료, 친구들이 지속가능한 급식을 이용하는 것을 기대한다면 그 기대정도가 사회적인 영향력으로 작용한다는 것을 말해 준다.

지속가능한 급식의 이용에 대한 통제신념(CB*i*PC*i*)과 지각된 행동통제(PBC)간의 표준화 추정계수는 .044로 '정'의 영향관계가 확인되었으나 p=.325로 통계적으로는 유의하지 않아 가설 3은 지지되지 않았다. 본 연구에서 통제신념(CB*i*PC*i*)과 지각된 행동통제(PBC)간의 '정'의 영향관계란 소비자는 지속가능한 급식을 이용하는데 기대되는 어려움(방해요인)인 가격의 인상, 이용 상의 불편, 정보획득의 어려움에도 불구하고 자신이 원하는 대로 지속가능한 급식의 이용을 통제할 수 있다고 인식하는 경향을 의미하지만, 이는 통계적으로

유의한 결과는 아니었다.

지속가능한 급식의 이용에 대한 태도(AT), 주관적 규범(SN), 지각된 행동통제(PBC)와 이러한 이용의도 간의 영향관계를 분석한 결과 모두 통계적으로 유의한 '정'의 관계가 확인되었다. 지속가능한 급식의 이용에 대한 태도(AT)와 이용의도 간(IN)의 표준화 추정계수는 .100(p<.05)로 가설 4가 지지됨을 확인할 수 있었다. 즉 소비자가 지속가능한 급식을 이용하는 것을 좋고 중요하며 가치 있는 것으로 판단하여 호의적인 태도를 가질수록 소비자들의 이용의도는 높아지는 경향이 있음을 알 수 있었다.

또한 지속가능한 급식을 이용하는 것에 대한 주관적 규범(SN)과 이용의도(IN)간의 표준화 추정계수는 .323(p<.001)으로 가설 5가 지지됨을 알 수 있었다. 이는 소비자들이 지속가능한 급식을 이용하는 것에 대한 사회적 영향력을 높게 인지할수록 이용의도가 커지는 것을 의미한다.

지속가능한 급식을 이용하는 것에 대한 지각된 행동통제(PBC)와 이용의도(IN)간의 표준화 추정계수는 .092(p<.05)로 가설 6이 지지됨을 확인할 수 있었다. 이는 지속가능한 급식소가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 주어진 상황에서 지속가능한 급식의 이용을 스스로 통제할 수 있는 능력이 높다고 인식할수록 소비자의 이용의도가 높아지는 경향이 있음을 말해준다.

본 연구에서 추가로 포함된 잠재요인인 지속가능한 급식에 대한 지각된 품질(PQ)과 윤리적 규범(PN)의 모형 내 영향력을 평가한 결과는 다음과 같다. 우선 지속가능한 급식에 대한 소비자의 윤리적 규범(PN)과 이용의도(IN) 간의 표준화 추정계수는 .420(p<.001)으로 나타나 가설 7이 지지되었다. 이는 소비자가 지속가능한 급식의 이용에 대해 책임감과 의무감을 느낄수록 이용의도가 커질 수 있는 유의한 '정'의 관계가 있음을 설명해 준다.

또한 소비자가 지속가능한 급식에 대해 지각하는 품질수준(PQ)이 태도(AT)에 미치는 영향을 분석한 결과, 표준화 추정계수는 .157(p<.01)로 나타나 가설

8이 지지되었다. 이는 지속가능한 급식에 대해 소비자가 지각하는 품질수준(PQ)이 태도(AT)를 매개로 이용의도(IN)에 영향을 미칠 수 있음을 의미하는 것으로, 지속가능한 급식의 영양적, 위생적 품질과 서비스 품질이 우수하다고 인식할수록 소비자는 호의적인 태도를 형성하는 경향이 있으며, 이러한 태도는 곧 소비자의 이용의도를 높일 수 있음을 설명해 준다.

구조모형분석 결과를 바탕으로 추가로 확인된 경로인 지속가능한 급식의 이용의도에 대한 주관적 규범(SN)과 지각된 행동통제(PBC) 사이의 표준화 추정계수는 .427($p<.001$)로 유의한 '정'의 관계가 있음을 확인할 수 있었다. 이는 소비자가 지속가능한 급식의 이용에 대한 사회적 영향력을 크게 인식할수록 급식소 대신 다른 음식점을 이용할 수는 상황에서도 스스로의 의사와 판단에 따라 지속가능한 급식을 이용할 수 있다는 통제 능력을 크게 느끼는 경향이 있음을 말해준다.

연구모형에서 내생 잠재요인들의 설명력(R^2)을 살펴보면, 주관적 규범(SN)이 .489, 태도(AT)가 .409, 지각된 행동통제(PBC)가 .184인 것으로 나타났다. 이는 각각의 신념체계인 규범적 신념(NB*i*MC*i*)이 주관적 신념(SN)을 설명하는 정도가 가장 크고, 행동적 신념(BB*i*OE*i*)이 태도(AT)를, 통제신념(CB*i*PC*i*)이 지각된 행동통제(PBC)를 설명하는 정도는 상대적으로 작다는 것을 의미한다. 더욱이 통제신념이 지각된 행동통제에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않았다.

반면 지속가능한 급식의 이용의도에 직접적인 '정'의 영향을 미치는 것으로 나타난 4개의 잠재요인인 태도(AT), 주관적 신념(SN), 지각된 행동통제(PBC)와 윤리적 규범(SN)이 소비자의 이용의도(IN)를 설명하는 정도는 .456이었다. 이는 계획행동이론의 수정된 확장모형으로 소비자의 지속가능한 급식에 대한 이용의도를 어느 정도 설명할 수 있다는 실증적 증거이다. 표준화 추정계수를 기준으로 비교해 볼 때, 4개의 잠재요인 중 소비자의 이용의도(IN)에 미치는

영향력은 윤리적 규범(.420)이 가장 크게 나타났고, 그 다음으로는 주관적 규범(.323)>태도(.100)>지각된 행동통제(.092)의 순으로 확인되었다. 즉 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도(IN)는 지속가능한 급식에 대한 태도(AT)나 지각된 통제능력(PBC)보다는 이에 대해 개인이 가지는 윤리적 규범(PN)과 준거집단의 압력(SN)에 의해 더 큰 영향을 받는 것으로 보인다.

지속가능한 급식의 이용과 같은 '윤리적 소비'를 진작시키는 데 있어 개인의 윤리적 규범과 같은 도덕적 동기의 중요성은 그간의 선행연구의 결과에서 잘 나타나고 있다. 환경문제와 관련된 소비자의 행동에 대한 1980~90년대의 초기 연구에서는 이들의 행동의도 및 실제 행동에 미치는 도덕적 동기의 영향력이 경제적 동기 즉, 가격이나 구매 기회 등의 영향력에 미치지 못하는 것으로 보고되었다(Diekmann & Preisendörfer, 1998; Hines 등, 1987). 그러나 2000년대에 수행된 보다 최근의 연구결과들은 윤리적 소비에 있어 도덕적 동기의 영향력이 날로 커짐을 보여 주고 있다(De Pelsmacker & Janssens, 2007; De Pelsmacker 등, 2006; Ozcaglar-Toulouse 등, 2006; Shaw & Shiu, 2003). Süle(2012)는 공정거래 식품 구매 등 소비자들의 윤리적 소비를 진작시키는 데 있어 경제적 동기뿐만 아니라 도덕적 동기 역시 중요한 요소임을 설명하며, 도덕적 동기가 경제적 동기보다 그 영향력이 더욱 클 수 있음을 보여주었다.

또한 주관적 규범(SN) 역시 지속가능한 급식의 이용과 같은 윤리적 식품 소비에 있어 중요한 요소임은 그 간의 유사 연구 결과를 통하여 입증된 바 있다. Vermeir & Verbeke (2006) 지속가능하고 윤리적인 식품 소비에 있어 소비자의 태도와 행동의도 사이의 갭을 연구한 결과를 통하여, 태도가 부정적인 경우라 할지라도 개인의 주관적 규범, 즉 자신이 중요하게 여기는 준거집단의 사회적 압력이 지속가능한 식품의 구매의도를 이끌 수 있음을 보고한 바 있다.

이는 식품을 포함한 지속가능한 제품의 소비는 제품에 대한 신뢰를 바탕으로 이루어지는 경우가 많으므로, 지속가능한 식품 소비에 대한 정보가 너무 적거나, 또는 너무 많고 복잡해도 소비자들은 지속가능한 소비에 대한 불확실성에 직면하게 된다. 따라서 이러한 현상은 제품의 품질을 스스로 평가할 수 없는 불확실성이 존재할 경우 최선의 구매나 이용 의사 결정을 위한 기준으로서 준거집단의 의견에 의지하려는 경향, 즉 주관적 규범의 영향력이 크게 나타나는 것으로 설명할 수 있다(Vermeir & Verbeke, 2006).

따라서 지속가능한 급식에 대한 소비자의 이용의도를 높이기 위해서는 무엇보다도 소비자들의 도덕적 동기를 자극하고 준거집단의 영향력을 활용하는 방안이 필요하다고 할 수 있다. 윤리적 소비에 있어 소비자들의 양심에 근거한 행동은 그들의 제품 소비가 가져오는 개인적, 사회적, 환경적 영향력에 대한 이해와 의식을 바탕으로 한다(Verbeke, 2005). 그러므로 지속가능한 급식을 이용함으로써 미칠 수 있는 이러한 영향력에 대해 소비자들 스스로가 통찰력을 가질 수 있도록 관련 교육이나 대대적인 사회 홍보를 통한 정보의 제공이 필요할 것이며, 해당 정보가 소비자들 사이에 공유될 수 있도록 이들이 속한 직장, 학교, 각종 단체 등에서 적극적으로 이슈화하려는 노력이 필요할 것으로 사료된다.

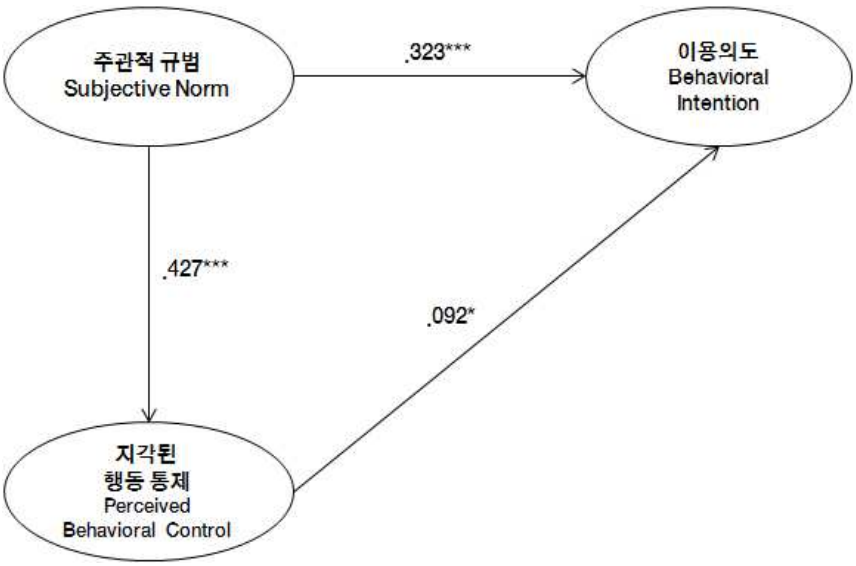
연구모형의 수정과정에서 추가된 경로 상에서 새롭게 발견된 주관적 규범과 이용의도 간의 관계에 있어 지각된 행동통제의 매개효과를 검증하였다. 간접효과와 총효과에 대한 통계적 유의성 확인을 위해 부트스트레핑(Bootstrapping)을 실시한 결과, 주관적 규범이 이용의도에 미치는 직접효과(β=.323, p<.001), 간접효과(β=.039, p=.046), 총효과(β=.362, p=.002)가 모두 α=.05수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다<표 21><그림 13>. 따라서 지속가능한 급식의 이용에 대한 소비자의 주관적 규범(SN)이 이용의도(IN)에 미치는 영향은 지각된 행동통제(PBC)에 의해 부분매개되고 있음을 확인할 수

있었다. 이는 지속가능한 급식을 이용하는데 있어 소비자가 인식하는 준거집단의 영향력은 직접적으로 뿐만 아니라, 급식업체가 아닌 다른 음식점을 이용할 수 있는 상황에서도 스스로 지속가능한 급식의 이용을 결정할 수 있다는 통제능력에 대한 소비자들의 지각 수준을 높임으로써 소비자의 이용의도에 긍정적인 영향을 미침을 시사해 준다.

즉 이러한 매개효과는 지속가능한 급식의 이용에 대한 가족, 직장동료, 친구 등 준거집단의 의견이 반드시 따라야 하는 사회적 영향력 또는 압력으로 작용해 소비자들의 이용 의도에 직접적인 영향을 미치기도 하지만, 준거집단이 지속가능한 급식의 이용을 어떻게 받아들이는지에 대한 사회적 정보처럼 기능하여 '(그들이 하니) 나도 할 수 있을 것'이라는 지각된 행동 통제력에 반영되어 이용의도에 간접적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 주관적 규범과 이용의도 간의 관계에 있어 지각된 행동통제의 이러한 매개효과는 Bamberg & Schmidt(2003)의 연구에서도 이미 제안된 바 있다.

<표 21> 주관적 규범이 이용의도에 미치는 영향에 대한 지각된 행동통제의 매개효과

독립변수	매개변수	종속변수	직접효과	간접효과	총효과	매개효과
주관적 규범	지각된 행동통제	이용의도	.323 (p<.001)	.039 (p=.046)	.362 (p=.002)	부분매개



*: p<.05, ***: p<.001

<그림 13> 주관적 규범이 이용의도에 미치는 영향에 대한 지각된 행동통제의 매개효과

3) 지속가능한 급식의 이용의도에 미치는 인구통계 및 식생활 관련 특성의 조절효과

(1) 인구통계학적 특성이 이용의도에 미치는 조절효과

지속가능한 급식의 이용에 대한 4개의 직접적 선행요인(태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 윤리적 규범)과 이용의도 간 경로에 미치는 소비자의 인구통계학적 특성, 즉 성별(남, 여), 연령(10대, 20대, 30대, 40대), 교육수준(대졸 미만, 대졸, 대학원 재학 이상), 소득수준(월 2백만 원 미만, 월 2백~4백만 원, 월 4백~6백만 원, 월 6백만 원 이상)의 조절효과를 확인하였다. 그 결과, 이러한 인구통계학적 특성은 어떠한 해당 경로 상에서도 유의한 조절효과를 나타내지 못하는 것을 알 수 있었다.

(2) 식생활 특성이 이용의도에 미치는 조절효과

지속가능한 급식의 이용에 대한 4개의 직접적 선행요인과 이용의도 간 경로에 미치는 소비자들의 식생활 특성, 즉 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천수준에 따른 조절효과를 분석한 결과 2개의 경로(건강한 식생활 실천수준의 지각된 행동통제(PBC) -> 이용의도(IN) 간 조절효과, 친환경 식생활 실천수준의 주관적 규범(SN) -> 이용의도(IN) 간 조절효과)에서 유의한 조절효과가 확인되었다. 조절변수의 효과를 분석하기에 앞서, 이의 전제 조건인 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천수준에 따른 집단 간 형태불변성과 측정불변성을 검증하고 조절효과를 확인한 결과는 <표 22>~<표 23>(건강한 식생활), <표 24>~<표 25>(친환경 식생활)와 같다.

형태불변성은 전체 표본 집단을 각각 건강한 식생활 실천수준의 상(n=276), 하(n=272) 두 집단과 친환경 식생활 실천수준의 상(n=259), 하(n=289) 두 집단으로 나누고, 전체 잠재요인을 포함하는 확인적 요인분석을 시행한 결과를 바탕으로 모형의 적합도를 평가함으로써 검증하였다. 형태불변성 검증 시 모

형의 적합도를 판단하는 기준으로는 표본의 크기에 민감하게 반응하지 않을 뿐 아니라, 모형의 간명성을 고려하는 장점이 있는 RMSEA와 TLI 지수를 활용하였다(Gerbing & Anderson, 1993). 이 결과 건강한 식생활과 친환경 식생활 수준에 따른 분석에서 모두 RMSEA와 TLI가 일반적인 기준치(각각 0.1 이하, 0.9이상)를 충족하는 값으로 나타나, 다중집단을 포함하는 본 모형은 형태불변성을 만족함을 확인할 수 있었다.

또한 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 수준에 따른 다중집단 간 관심 경로에서의 요인부하량을 동일하게 설정한 등가제약모형과 아무런 설정을 하지 않은 비제약모형을 χ^2 차이검정을 바탕으로 비교하는 매트릭 불변성을 통하여 측정불변성을 확인한 결과, 조절효과가 확인된 2개의 경로에서 모두 측정불변성이 충족됨을 확인할 수 있었다<표 22><표 24>.

우선 소비자의 건강한 식생활의 실천수준은 지속가능한 급식의 이용에 대해 소비자가 지각하는 행동통제(PBC)와 이용의도(IN) 사이의 관계에 조절효과를 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 즉 건강한 식생활을 보다 활발히 실천하고 있는 소비자 집단에서 급식소 대신 다른 음식점을 이용할 수 있는 상황에서도, 스스로의 의사와 판단에 따라 지속가능한 급식을 이용할 수 있다는 통제능력을 크게 느낄수록 이용의도가 높아지는 경향을 보였다<표 23>.

또한 소비자의 친환경 식생활 실천수준은 지속가능한 급식에 대한 주관적 규범(SN)과 이용의도(IN) 사이의 관계에 조절효과를 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 즉 친환경 식생활을 보다 활발히 실천하고 있는 소비자 집단에서 지속가능한 급식의 이용에 대한 준거집단의 사회적 영향력을 높게 인지할수록 이에 대한 이용의도가 더욱 커지는 경향이 있는 것으로 나타났다<표 25>.

지난 선행연구들은 오늘날 식품을 포함한 소비자들의 지속가능한 제품에 대한 소비 행동을 설명하는 데 있어 인구통계학적 변수만으로는 더 이상 충분하지 않으며, 이 보다는 소비자들의 개인적 성향, 식생활과 관련된 라이프 스

타일 등에 대한 고려가 주요함을 강조해 왔다(Dianmantopoulos 등, 2003; Roberts, 1995; Verain 등, 2012). 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 대한 조절효과를 설명함에 있어 인구통계학적 변수들은 모두 통계적으로 유의하지 않았고, 식생활 관련 특성인 건강한 식생활과 친환경 식생활 관련 변수들의 조절효과만이 통계적으로 유의미함을 보여준 본 연구의 결과 역시 앞선 연구결과와 유사한 맥락에서 이해할 수 있겠다.

또한 이러한 조절효과에 대한 연구결과는 향후 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 제고함에 있어 소비자들을 식생활 특성에 따라 분류하고 이들의 특성에 맞게 표적화된 차별화 전략을 수립할 필요성을 제시해준다. 즉, 건강한 식생활을 실천하는 소비자들을 대상으로는 지속가능한 급식의 이용에 따르는 인식된 장애요인 즉 가격의 부당함, 이용의 불편함, 이용 상의 편재(Availability Lacking) 등을 낮추어 '스스로 이용하기 쉽다'라는 지각된 행동통제를 제고시키는 것이 이들의 이용의도를 높이는데 주요한 역할을 할 것으로 사료된다.

또한 친환경 식생활을 실천하는 소비자들을 대상으로는 지속가능한 급식의 이용에 따르는 준거집단, 즉 직장동료, 가족, 친구 등의 영향력을 제고할 수 있도록 구전효과 등을 이용한 마케팅 전략이 이들의 이용의도를 높이는데 기여할 것으로 보인다. 친환경 식생활을 실천하는 소비자들에게 이러한 준거집단의 의견은 스스로 제품의 소비에 대한 불확실성이 존재할 때 이를 평가하는 사회적 정보로서의 기능을 지닌다(Vermeir & Verbeke, 2006). 따라서 급식업체는 관련 마케팅 전략을 수립하는 데 있어 소비자들이 지속가능한 급식을 이용함으로써 개인에게 돌아오는 혜택은 물론, 그 밖의 경제, 사회, 환경에 어떻게, 그리고 얼마나 중요한 영향을 미치는지를 강조하고, 따라서 자신들의 노력으로 경제, 사회, 환경에 기여할 수 있다는 믿음을 심어 줄 수 있도록 계획함으로써 이러한 조절효과를 극대화 할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

<표 22> 건강한 식생활 실천 수준에 따른 소비자 그룹[1] 간 형태불변성과 측정불변성 검증

모형(M)	χ^2	*df*	p값	ΔModel	$\Delta\chi^2$	TLI	CFI	RMSEA
M1. 형태불변성 (비제약모형)	1380.9	628	p<.001			.920	.933	.047
M2. 매트릭불변성 (요인부하량 등가제약 모형)	1398.2	646	p<.001	M2-M1	$\triangle\chi^2(\triangle df=18)=7.3$ $<\chi^2_{.05}(\triangle df=18)=28.9$ (insignificant)	.922	.933	.046

[1] 건강한 식생활 실천 수준 높음 (n=276), 낮음 (n=272)

<표 23> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 건강한 식생활 실천수준의 조절효과(n=548)

건강한 식생활 실천수준		경로계수[1] 낮다	경로계수[1] 높다	$\chi^2(df)$	$\triangle\chi^2$
비제약모형 (Baseline Model)				1728.3(662)	
비제약모형의 적합도 지수		$\triangle\chi^2/df$ =2.611, GFI = .806, TLI=.892, CFI =.906, RMSEA = .054			
요인부하량 등가제약 내포모형 (Nested Model)					
지각된 행동통제-> (PBC)	이용의도 (IN)	-.032 (p=.494)	.172***	1737.6(663)	$\triangle\chi^2(\triangle df=1)=9.3$ $>\chi^2_{.05}(\triangle df=1)=3.84$ (significant)

[1]비표준화 경로계수

***p<0.001

Note. PBC: Perceived Behavioral Control, IN: Behavioral Intention

<표 24> 친환경 식생활 실천 수준에 따른 소비자 그룹[1] 간 형태불변성과 측정불변성 검증

모형(M)	χ^2	*df*	p값	ΔModel	$\Delta\chi^2$	TLI	CFI	RMSEA
M1. 형태불변성 (비제약모형)	1360.4	628	p<.001			.923	.936	.046
M2. 매트릭불변성 (요인부하량 등가제약 모형)	1391.4	646	p<.001	M2-M1	$\triangle\chi^2(\triangle df=18)=31.0$ $<\chi^2_{.01}(\triangle df=18)=34.8$ (insignificant)	.923	.934	.046

[1]친환경 식생활 실천 수준 높음 (n=259), 낮음 (n=289)

<표 25> 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 친환경 식생활 실천수준의 조절효과(n=548)

친환경 식생활 실천수준	경로계수[1]		$\chi^2(df)$	$\triangle\chi^2$
	낮다	높다		
비제약모형 (Baseline Model)			1701.3(662)	
비제약모형의 적합도 지수	$\triangle\chi^2/df$ =2.611, GFI = .806, TLI=.892, CFI =.906, RMSEA = .054			
요인부하량 등가제약 내포모형 (Nested Model)				
주관적 규범 -> 이용의도 (SN) (IN)	.195***	.379***	1705.2(663)	$\triangle\chi^2(\triangle df=1)=3.9$ $>\chi^2_{.05}(\triangle df=1)=3.84$ p<.001

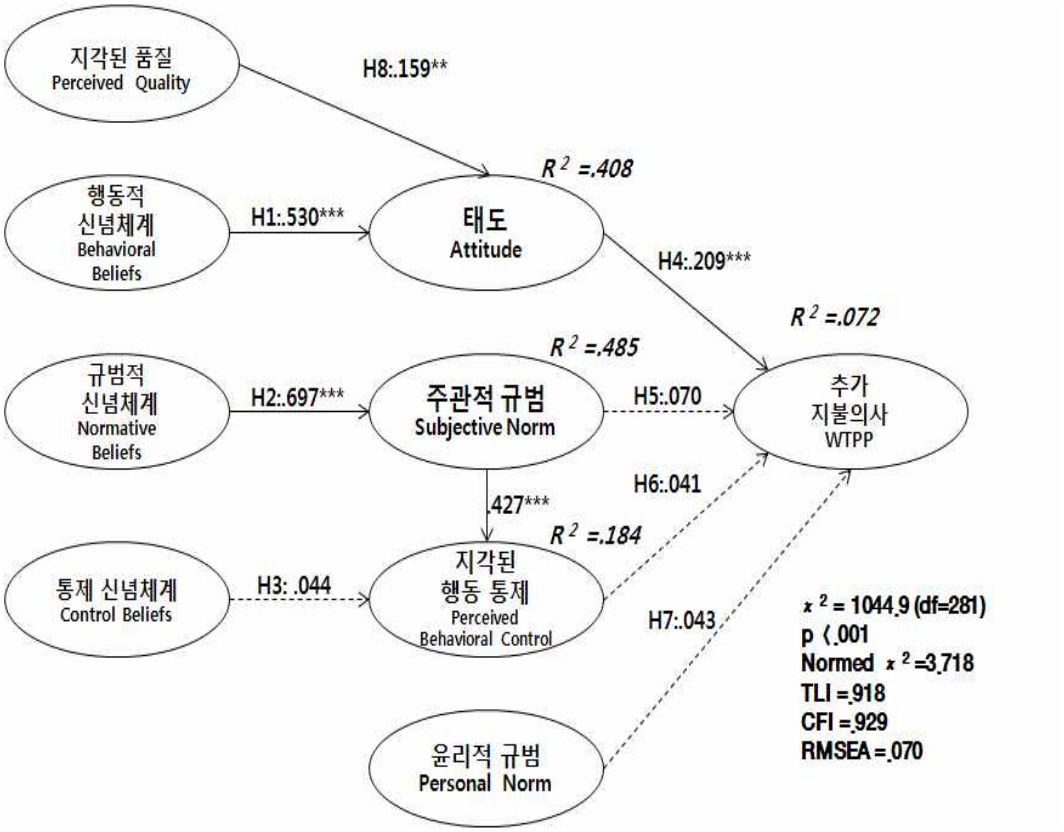
[1]비표준화 경로계수
***p<0.001
Note. SN: Subjective Norm, IN: Behavioral Intention

4) 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 영향을 미치는 요인

지속가능한 급식에 대한 추가지불의사는 단순한 이용의도에 비하여 개인의 추가 비용부담을 수반하는 더욱 강한 행동의도로 이해될 수 있다. 본 절의 1항에서 지속가능한 급식에 대한 소비자의 추가지불의사에 미치는 소비자의 인구통계학적 그리고 식생활 관련 특성의 영향을 살펴보았으나, 본 항에서는 계획행동이론을 적용하여 소비자의 추가지불의사에 미치는 각 요인의 영향을 살펴 보았다.

<그림 14>에서 보는 바와 같이 선행요인 중 소비자의 추가지불의사에 미치는 영향은 태도의 경우에만 유의한 것을 알 수 있다. 이는 소비자의 이용의도에 윤리적 규범, 도덕적 규범, 태도, 지각된 행동통제의 영향이 모두 유의했던 것과는 매우 상이한 결과로, 추가지불의사와 같이 개인에 직접적으로 영향을 미치는 비용이나 혜택이 관련된 이슈인 경우, 해당 행동에 대한 개인적 신념이나 원칙의 영향력이 더욱 커질 수 있다는 사실을 잘 설명해 준다.

이는 Lindenberg & Steg (2007)가 대중교통이용 등 사회적 비용이나 혜택과 관련된 친환경 행동의 경우 주관적 규범의 영향이 크게 나타나는 반면, 친환경 행동의 결과가 개인의 비용이나 혜택과 직결되는 경우에는 태도의 영향이 강하게 나타나는 경향이 있음을 설명한 연구결과와 유사한 맥락에서 이해할 수 있다. 또한 개인이 추가로 비용을 부담하면서까지 행동의도가 있다는 것은 행동으로부터 기대되는 혜택이 비용보다 큰 경우일 가능성이 높다. 본 연구결과에서는 태도가 지속가능한 급식에 대한 소비자의 지각된 품질과 추가지불의사 사이에서 매개효과를 나타내는 경우로, 즉 소비자가 지속가능한 급식의 품질(혜택)이 높다고 예상할 경우 소비자의 긍정적인 태도를 형성해 추가지불의사(비용)로까지 영향을 미치는 것으로 보인다.



Note. ⟶ 통계적으로 유의함 - - - ⟶ 통계적으로 유의하지 않음

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

<그림 14> 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사에 영향을 미치는 요인 (최종모형: 수정된 TPB 확장모형, n=548)

제 4절. 요약 및 결론

본 연구는 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 이용의도를 파악하는 것을 목적으로 하였다. 최근 3개월 간 월 평균 5회 이상 산업체 급식을 이용한 경험이 있는 소비자 총 548명으로부터 온라인 설문조사를 통해 수집한 응답 결과를 분석하였다. 548명의 응답자 중 남성은 356명(65%), 여성은 192명(35%)이었다. 연령은 평균 40세였고, 대다수(80%)가 대학(교) 졸업이상의 높은 교육수준을 보였으며, 일반 사기업이나 관공서에서 근무하는 직원들이 많았다. 월 가계 소득이 4백만 원 이상과 미만인 응답자들이 각각 과반수를 차지하였으며, 월 16회 이상 급식을 이용하는 응답자가 약 64%를 점하였다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 인식을 조사한 주요 연구결과는 다음과 같다.

1) 그린 또는 친환경과 관련하여 지속가능성의 개념을 '그린 또는 친환경성과 동일한 개념'이라고 답한 응답자의 비율이 32%로 가장 높았으며, '그린 또는 친환경성보다 광의의 개념'이 28%, 그 밖의 의견이 40%를 차지했다. 지속가능성의 개념에 대한 이러한 인식은 소비자들의 연령 및 교육수준과 유의한 관계가 있는 것으로 확인되었다. 지속가능성의 개념을 '그린보다 광의의 개념'으로 이해하는 경향은 연령대가 낮고(20~30대), 교육수준이 높은(대학(교) 졸업 이상) 소비자 집단에서 더 높게 나타났다.

2) 급식에 있어 지속가능한 발전에 대한 소비자 의식수준은 7점 척도를 기준으로 평균 4.89였다. 이러한 소비자 의식수준은 인구통계학적 특성 즉, 성별, 연령, 교육수준, 소득수준과 식생활 관련 특성 즉 건강한 식생활, 친환경 식생활의 실천 수준에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 즉 남성이고, 연령대가 높으며, 교육수준과 소득수준이 높을수록 또한, 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 수준이 높은 소비자 집단일수록 지속가능한 발전에 대한

의식수준이 높은 경향을 보였다.

3) 급식에 있어 지속가능한 발전의 필요성에 대한 소비자 인식의 평균은 7점 척도를 기준으로 평균 5.75로, 2)항의 의식수준의 평균보다 높게 나타났다. 이러한 필요성에 대한 소비자 인식은 이들의 식생활 관련 특성, 즉 건강한 식생활과 친환경 식생활의 실천 수준에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 즉, 건강한 식생활과 친환경 식생활을 실천하는 소비자 집단일수록 지속가능한 급식의 필요성을 높게 인식하는 경향을 보였다.

4) 지속가능한 급식에 있어 소비자들은 '급식업체의 노력 부족', '급식업체와 소비자 사이의 커뮤니케이션 부족'을 기타 사회 혹은 정부의 지원과 관련된 사항보다 상대적으로 더 큰 장애요인으로 인식하는 경향을 보였다.

5) 현행 급식가격을 4,000원으로 가정한 경우, 66%의 소비자들이 지속가능한 급식에 대해 추가지불의사를 보였으며, 평균 추가지불금액은 현행 가격의 20% 수준인 약 820원으로 나타났다. 또한 소비자들이 지속가능한 급식에 대한 추가지불의사를 보일 가능성은 남자가 여자보다 1.56배, 친환경 식생활을 활발히 실천하고 있는 소비자가 그렇지 않은 소비자에 비해 1.54배 더 높은 경향을 보였다.

계획행동이론을 바탕으로 구조방정식모형을 이용하여 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 분석한 연구결과는 다음과 같다.

1) 계획행동이론을 바탕으로 한 구조방정식모형을 이용하여 측정모형과 구조모형을 분석한 결과, 수정된 계획행동이론의 확장모형(Modified Extended TPB Model)이 지속가능한 급식에 대한 소비자들의 이용의도를 설명하는 데 있어 가장 적합한 모형으로 확인되었다.

2) 구조방정식모형 내 신념체계와 선행요인, 선행요인과 이용의도 사이의 경로 상에 설정된 총 11개의 가설 중 10개가 채택되었고, 1개의 경로(주관적 규

범 -> 지각된 행동통제)가 추가로 확인되었다.

3) 선행요인에 영향을 미치는 3개의 신념체계 중 통제 신념체계를 제외하고는 모두 선행요인과 통계적으로 유의한 '정'의 관계를 갖는 것으로 확인되었다. 또한 소비자의 이용의도에 직접적인 영향을 미치는 선행요인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 윤리적 규범 간에는 모두 통계적으로 유의한 '정'의 관계가 확인되었다. 4개의 선행요인 중 소비자의 이용의도에 미치는 영향력은 윤리적 규범>주관적 규범>태도>지각된 행동통제의 순이었다.

4) 수정된 계획행동이론의 확장모형 내 2개의 경로에서 유의한 매개효과가 확인되었다. 즉 지각된 품질은 소비자의 태도를 매개로, 그리고 주관적 규범은 지각된 행동통제를 매개로 소비자의 이용의도에 유의한 영향을 미쳤다.

5) 4개 선행요인들(태도, 주관적 신념, 지각된 행동통제, 윤리적 규범)과 이용의도 사이의 관계에 있어 소비자의 인구통계학적 특성과 식생활 관련 특성이 미치는 조절효과를 확인한 결과, 소비자의 건강한 식생활 실천수준은 지속가능한 급식에 대해 소비자가 지각하는 행동통제와 이용의도 사이의 관계에 유의한 조절효과를 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한 소비자의 친환경 식생활 실천수준은 지속가능한 급식에 대한 소비자의 주관적 규범과 이용의도 사이의 관계에 유의한 조절효과를 보였다. 반면, 인구통계학적 특성은 어느 경로에서도 유의한 조절효과를 보이지 않았다.

6) 계획행동이론(TPB)를 바탕으로 한 구조방정식모형의 종속요인을 소비자 추가지불의사로 치환한 후 이에 미치는 각 선행요인의 영향을 살펴 본 결과, 태도의 영향만이 유의한 것으로 나타났다.

본 연구결과, 소비자들은 급식에 있어 지속가능성에 대한 개념적 이해에 혼돈을 겪고 있는 반면, 급식에 있어 지속가능한 발전에 대한 의식수준과 필요성은 비교적 높게 인식하고 있는 것을 알 수 있었으며, 과반수이상의 소비자

들에게서 지속가능한 급식에 대한 추가지불의사를 확인할 수 있었다. 또한 소비자들은 지속가능한 급식을 실현하는 데 있어 장애요인으로 '급식업체의 노력 부족', '급식업체와 소비자 사이의 커뮤니케이션 부족'을 꼽아 관련 이슈에 대한 소비자와 급식업체 사이에 상호 공감대 형성이 필요함을 알 수 있었다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도는 계획행동이론의 수정된 확장모형으로 잘 설명되었다. 소비자의 윤리적 규범은 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 주관적 규범은 직접적으로는 물론 지각된 행동통제력의 매개를 통해 간접적으로도 소비자의 이용의도에 영향을 미치는 것으로 나타나, 지속가능한 급식의 이용 등 윤리적 소비에 있어 도덕적 동기의 중요성을 확인할 수 있었다. 그러나 추가비용부담이 결부된 보다 강한 행동의도라 볼 수 있는 지속가능한 급식에 대한 소비자 추가지불의사는 태도에 의해서만 영향을 받는 것으로 나타나, 보다 강한 행동의도의 변화를 위해서는 무엇보다도 개인의 주관적 행동 신념의 변화가 필요할 것으로 보였다. 따라서 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 제고하기 위한 커뮤니케이션 전략수립에는 무엇보다도 이들의 윤리적 규범을 자극하고 준거집단의 영향력을 활용할 수 있는 방안이 고려되어야 할 것이며, 이러한 이용의도가 추가지불의사로까지 강화되기 위해서는 소비자들의 개인적 신념 등의 태도를 변화시키기 위한 보다 장기적 관점에서의 노력이 필요할 것으로 사료된다.

소비자들의 식생활 관련 특성은 인구통계학적 특성에 비하여 지속가능한 급식에 대한 소비자들의 인식과 추가지불의사, 그리고 이용의도에 일관성 있게 유의적인 영향을 미치는 것을 미치는 것으로 나타났다. 즉 소비자들의 건강하고 친환경적인 식생활 실천수준이 높을수록 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 추가지불의사가 더욱 호의적인 경향을 보였으며, 이용의도와 이에 영향을 미치는 요인간의 관계에 있어서도 일부 유의적인 조절효과를 나타내는

것으로 확인되었다. 따라서 소비자들의 건강한 또는 친환경적인 식생활 실천이 급식에 있어 지속가능한 이슈에 미치는 이러한 긍정적인 영향을 고려할 때, 향후 소비자들의 식생활 실천수준을 제고하기 위한 노력이 동시에 뒤따라야 할 것이며, 지속가능성과 관련된 소비자 행동의도에 미치는 식생활 관련 특성을 비롯한 사회·심리학적 요인에 대한 추가적인 이해가 필요할 것으로 생각된다.

제 4장. 연구 2: 지속가능한 급식에 대한 위탁급식 업체 사례

제 1절. 연구목적

급식을 포함한 외식산업에 있어서도 지속가능한 발전의 중요성이 대두되면서 최근 2~3년 전부터 미국과 영국의 관련 단체들을 중심으로 이의 실현을 위한 구체적이고 통합적인 노력들이 이루어지고 있다. 이들 관련 단체들은 지속가능한 발전을 위해 외식업체들이 실천해야 할 지침들을 마련하고 이의 실행 수준을 평가할 수 있는 기준을 개발하며 일정 수준을 도달할 경우 인증을 수여하는 등의 활동을 추진함으로써, 외식업체들이 지속가능한 발전을 위한 노력의 실천을 주도해 나갈 수 있는 기반을 조성해 오고 있다(GRA, 2009; IFMA Foundation, 2009; SRA, 2010; Sustain, 2010).

지속가능경영원(2008)이 실시한 조사에서도 우리 사회의 지속가능한 발전을 위해 가장 중요한 역할을 담당해야 하는 주체로 기업을 정부 다음으로 가장 중요하게 평가하였다. 특히 급식과 상업적 외식을 포함하는 외식기업의 경우 식품 공급사슬 내에서 다수의 공급업체와 소비자를 연결하는 전략적 포지셔닝으로 인하여, 공급사슬의 전·후방으로 지속가능한 발전의 노력을 확산시키는데 더욱 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

전 세계적으로 외식산업 내 지속가능성/지속가능한 발전에 대한 체계적인 연구가 시작된 것은 불과 몇 년 전으로 특히 소비자 측면에서의 연구에 비해 기업 즉 공급자 측면에서의 관련 연구는 거의 부재한 실정이다. 공급자 측면에서 볼 때 급식과 상업적 외식을 포함하는 외식의 경우 '생산과 소비의 비분리성'으로 인하여 외식현장에서 고객과 접촉하는 종사원의 역할은 매우 중요

하게 간주된다. 특히 급식업체에 종사하는 영양사는 식품과 영양에 관한 전문 지식을 바탕으로 급식소에서 일어나는 모든 최일선 업무를 관리하는 급식 관리자로서, 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력이 탁상공론으로 그치지 않고 구체적으로 현실에 적용 및 실천되는 데 있어 중요한 역할을 할 핵심인력이라 할 수 있다.

미국 내 영양사를 대상으로 지속가능한 식품(Sustainably Produced Foods)과 관련된 이슈를 현장 업무에 반영 및 실천하고 있는 실태를 연구한 결과에 따르면, 응답자의 13%가 이미 지속가능한 식품과 관련된 이슈를 현장 업무에 도입하여 실천하고 있으며 20%는 향후 6개월 내로 이를 실천할 의도를 보인 것으로 조사되었다(Robinson & Smith, 2003). 또한 이들 영양사들은 지속가능한 식품을 현장 업무에 반영하고 실천하는 것이 소비자들의 건강, 환경, 지역사회에 미치는 영향을 깨닫고 있으나, 지속가능한 식품에 대한 정보의 부족, 예산과 업무 시간의 부족 등으로 인하여 실천에 어려움이 겪고 있는 것으로 조사되었다.

국내에서는 식품위생법 제 52조와 시행령 제 36조, 제 37조에 따라 학교, 병원 및 사회복지시설 및 기타 대통령령으로 정한 집단급식소에서 영양사를 의무적으로 고용하도록 법으로 규정되어 있으며, 그 외의 집단급식소에서는 영양사 고용이 권고사항으로 정해져 있다(식품위생법, 2012). 대한영양사협회(2012)에 따르면, 2010년 기준 국내 영양사 취업현황은 약 3만 명에 달하며, 따라서 급식소의 영양사들이 지속가능한 급식의 이슈와 관련하여 소비자와 급식업체 사이에서 성공적인 견인차 역할을 수행한다면, 급식산업에 있어 지속가능한 발전을 실현하는데 상당한 기여를 할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 급식업체 측면에서도 지속가능한 발전을 위한 투자는 단시일 내에 가시적이고 직접적인 성과 창출이 불가능 할 수도 있으나, 장기적 관점에서 볼 때 기업에 긍정적인 결과를 가져 올 가능성이 높게 평가되고 있다(Aragon-Correa 등,

2008; Bird 등, 2007; Nicolau, 2008). 즉, 기업은 지속가능경영을 통해 이해관계자와의 신뢰를 바탕으로 한 호의적인 이미지를 향상시킬 수 있으며, 이를 통해 소비자의 충성도를 제고하여 긍정적인 행동의도를 이끌 수 있는 것으로 보고되고 있다(조동성 & 산업정책 연구원 지속경영본부, 2007). 산업분야는 다르나 지속가능경영을 통하여 국민에게 가장 사랑받고 존경받는 기업으로 자리매김한 유한킴벌리의 사례(장영철 등, 2008)에서 볼 수 있는 것처럼 지속가능경영은 기업의 중요한 경쟁력 강화요인이 될 수 있다.

따라서 본 연구에서는 위탁급식사업에의 진출 역사와 그 규모면에서 국내를 대표할 수 있는 위탁급식업체 'A'사를 대상으로 지속가능한 급식의 사례를 조사함으로써, 향후 국내에서의 지속가능한 급식의 활성화를 위한 공급자인 위탁급식업체 측면에서의 방안을 모색하고자 하였다.

제 2절. 연구방법

1. 온라인 설문조사

1) 조사대상 및 기간

지속가능한 급식에 대한 위탁급식업체의 사례를 조사하기 위하여 위탁급식업체 'A'사의 산업체 급식소에서 근무하는 경력 만 1년 이상의 영양사 총 362명을 대상으로 2011년 12월 15일~2012년 1월 30일의 기간 동안 온라인 설문조사를 실시하였다. 위탁급식 사례업체는 1984년 국내 최초로 체계적이고 선진화된 위탁급식사업을 시작한 이래 27년 간 국내 급식산업을 이끌어 온 선도기업이다. 2012년 현재 전국 800여개 급식소에서 일일 약 100만 식을 공급하며 매출액 기준 국내 급식업계 1위를 점하고 있으며, 잔반 줄이기를 위한 'Clean & Green 캠페인', 저탄소 메뉴로 구성된 '에코 밥상' 제공을 포함하여 사회공헌과 윤리경영 등 지속가능한 발전을 위한 노력으로 평가될 수 있는 활동들을 실천하고 있다. 따라서 위탁급식 사례업체는 영양사 표본표집에 있어 이점을 가지고 있을 뿐 아니라, 소속 영양사들이 지속가능한 급식을 위한 활동을 경험했을 가능성이 크고, 지속가능한 급식을 위한 노력을 실천할 경우 이의 큰 파급효과를 기대할 수 있을 것으로 사료되어 본 연구의 대상 기업으로 선정하였다.

웹 형식으로 제작된 설문은 위탁급식 사례업체의 마케팅 담당을 통하여 설문 대상 영양사에게 이메일로 전송되었다. 해당 영양사들은 전송된 이메일에 삽입된 하이퍼링크를 통하여 웹 설문지에 접속한 후 응답을 진행할 수 있도록 하였다. 총 362명 중 230명의 응답이 회수되었고(응답률 약 64%), 회수된 설문 중 부실 응답이 확인된 27개를 제외한 202개의 설문 결과만이 분석에 사용

되었다.

분석에 사용된 영양사 응답자의 특성은 <표 26>와 같다. 202명의 응답자 모두 여성이었으며, 20대가 72%, 30대가 28%를 차지했다. 약 54%가 2~5년 이내의 영양사 근무경력을 가지고 있었으며, 43%가 6~9년, 6%가 10년 이상의 근무경력을 보였다. 또한 51%가 공장의 급식소에서 근무하는 영양사로 확인되었으며, 40%가 오피스, 10%가 관공서의 급식소에서 근무하는 것으로 나타났다. 설문에 참여한 영양사가 속한 급식소의 일평균 생산식수는 500식 미만이 거의 과반수를 차지하였으며, 500~999식 사이가 약 28%, 1000~1999식이 약 15%, 2000~3999식이 약 6.4%, 4000식 이상이 약 5%의 수준으로 나타났다.

2) 조사내용 및 방법

본 연구에 사용된 설문은 지속가능한 급식에 대한 영양사의 실천의도를 묻는 내용이 주를 이루는 바, 계획행동이론의 창시자 Ajzen이 제시한 계획행동이론의 설문지 작성 가이드라인(Ajzen, 2011)과 본 이론을 적용한 관련 선행연구(김양숙 등, 2010; Chen 등, 2011; Han & Kim, 2010; Han 등, 2011; Lam & Hsu, 2006; Robinson & Smith, 2002; Robinson & Smith, 2003; Schubert, 2008)를 바탕으로 설문지 초안을 작성하였다. 작성된 설문지 초안은 학계와 산업체의 급식관련 전문가의 리뷰를 거쳐 액면 타당성을 검증받았고 필요한 내용이 일부 수정되었다. 수정된 설문지 초안은 다시 4명의 현직 영양사의 검토를 받았으며 일부 이해에 어려움이 있을 것으로 예상되는 설문 내 용어와 문장들은 해당 영양사들의 의견을 반영하여 재수정되었다<부록 2>. 설문의 많은 내용이 소비자를 대상으로 진행된 연구 1의 설문조사와 유사한 바, 연구 1의 설문조사 중 실시된 사전조사의 결과 내용 중 필요한 사항을 반영하였고, 본 연구를 위한 별도의 사전조사는 진행하지 않았다.

<표 26> 영양사 응답자의 특성(n=202)

구분	n	%
성별		
남성	0	0
여성	202	100.0
연령		
20~29세	145	71.8
30~39세	57	28.2
영양사 근무경력		
2~5년	109	54.0
6~9년	87	43.1
10~14년	6	3.0
급식소 유형		
오피스	80	39.6
공장	102	50.5
관공서	20	9.9
일평균 급식소 생산식수(조·중·석식 포함)		
500식 미만	94	46.5
500~999식	56	27.7
1000~1999식	30	14.9
2000~3999식	13	6.4
4000식 이상	9	4.5

‘지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체’에 대한 공통의 이해가 아직 형성되어 있지 않은 바, 응답자들이 설문에 답하는데 어려움을 느낄 것을 예상하였다. 이에 ‘지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체’에 대한 응답자들 공통의 이해를 돕기 위하여 설문지 도입부에 응답에 관한 안내사항과 더불어 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체에 대한 설명과 함께 이를 대표하는 실천지침들을 상세히 제시하였다<그림 15>.

※ 다음 설명을 읽으신 후 설문에 응해주시기 바랍니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체란 급식의 운영에 있어 경제, 사회, 환경에 미치는 영향을 통합적이고 균형있게 관리하는 노력을 통하여 지속적인 사업가치를 추구하는 급식업체들을 의미합니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체에서는

√ 제철 및 친환경 식재료를 주로 사용하며, 지역 농산물 및 공정거래를 통해 유통되는 식재료의 사용에도 적극적입니다.

√ 냅킨이나 비닐 등의 소모품도 재활용이 가능하고 친환경적인 제품을 사용하며, 급식소의 쓰레기를 줄이고 분리수거를 실천합니다.

√ 또한 가까운 지역의 인력을 고용하고 공정하게 대우하며, 납품업체와도 우호적인 협력 관계를 유지하기 위해서 노력합니다.

√ 급식소 내부의 시설과 설비에는 친환경 자재와 용품을 사용하고, 물, 전기 등의 천연자원을 절약합니다.

√ 마지막으로 이러한 급식업체에서는 직원과 고객들에게 지속가능한 발전을 위한 노력의 중요성을 알리고, 그들이 이러한 노력에 동참하도록 독려합니다.

<그림 15> 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 정의 및 대표 실천지침 예시(온라인 설문조사의 도입부 제시 내용)

설문지는 다음의 세 부분으로 구성되었다. 첫 번째 부분은 계획행동이론을 바탕으로 지속가능한 급식에 대한 영양사의 실천의도와 이에 영향을 미치는 요인들간의 관계를 파악하기 위한 내용을 포함하였다. 두 번째 부분은 급식산업에 있어 지속가능성 혹은 지속가능한 발전에 대한 영양사의 일반적인 인식

과 함께 지속가능한 급식의 적정가격 수준에 대한 영양사의 의견을 묻는 문항을 포함하였다. 영양사의 일반적인 인식은 급식산업에 있어 지속가능성에 대한 개념(Concept), 지속가능한 발전에 대한 의식(Awareness)과 이의 필요성(Need)에 대한 인식을 포함하였다. 지속가능한 급식의 적정가격에 대해서는, 현행 급식가격을 인당 4,000원으로 가정하고 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력할 경우 영양사들이 생각하는 적정급식가격을 직접 기입하도록 하였다. 세 번째 부분은 응답자 특성을 파악하기 위한 내용으로 연령과 근무경력, 근무하고 있는 급식소 유형과 일평균 생산식수에 대한 문항을 포함하였다.

3) 자료 분석

변수들의 빈도와 백분율, 평균과 표준편차를 계산하기 위해 기술적 통계 분석이 사용되었다. 지속가능한 급식에 대한 영양사의 인식과 실천의도에 대한 분석의 경우, 응답자 특성에 따른 인식과 실천의도의 차이를 분석하기 위해 독립표본 t-검정, 일원배치분산분석(One-way ANOVA)과 Duncan의 사후검정이 적용되었다. 모든 통계분석에는 PASW Statistics 18.0이 사용되었다.

2. 표적그룹면접 및 일대일 심층면접

1) 조사대상 및 기간

지속가능한 급식을 위한 위탁급식업체의 노력 현황을 조사하기 위하여 위탁급식 사례업체의 메뉴 및 마케팅팀에 근무하는 직원 6명을 대상으로 표적집단면접(Focus Group Interview, FGI)과 해당팀의 팀장 및 전략팀의 팀원 1명을 대상으로 일대일 심층면접을 실시하였다.

우선 FGI는 일대일 심층면접에 앞서 2012년 5월 2일 위탁급식 사례업체의 본사 회의실에서 진행되었다. 메뉴 및 마케팅팀은 위탁급식 사례업체의 급식사업을 이끄는 핵심 부서로서 급식사업의 메뉴 계획과 서비스 운영 전반에 대한 모든 전략적 의사 결정을 담당하는 팀이다. 또한 FGI 참석자 6명은 전원 현장 영양사로서 근무한 경험을 가지거나 현재까지도 영양사로서 근무 중인 직원들로 구성되었다. 이들은 최근 1~2개월 사이 본사 메뉴 및 마케팅 전략팀으로 배치 발령을 받았으며, 급식업체의 현장과 스텝 업무의 현황에 대한 이해를 가지고 있다는 점에서 본 연구 목적에 적합하다는 판단 하에 패널로 선정되었다. FGI 참가자 별 특성은 <표 27>와 같다.

또한 지속가능한 급식을 위한 위탁급식업체의 노력 현황을 조사하기 위해서는 위탁급식업체의 지속가능경영 또는 기업의 사회적 책임(Coporate Social Responsibility: CSR) 담당자의 의견을 수렴하는 것도 중요할 것으로 판단되었다. 그러나 현재 위탁급식 사례업체에는 관련 업무를 담당하는 별도의 부서와 책임자가 배정되어 있지 않았다. 이에 현재 메뉴 및 마케팅팀을 이끌고 있는 팀장과 메뉴 및 마케팅팀에서 약 1년간 그린 급식과 관련된 업무를 담당하다가 본사 전략팀으로 배치된 담당자를 가장 적합한 대안으로 보고 이들을 일대일 심층면접하였다. 일대일 심층면접은 FGI의 결과를 바탕으로 추가 질문이

<표 27> FGI 및 일대일 심층면접 참가자별 특성

FGI 패널	영양사 근무 이력		현 담당 업무 (메뉴 및 마케팅팀)
	급식소 유형	경력	
A	중·고등학교	2년	급식 프로모션 담당
B	대학교 및 산업체	7년	프로젝트 담당
C	대학교	10년	계약 담당
D	산업체	1년	본사 급식소 영양사
E	산업체	6년	식재 기획 담당
F	산업체	5년	메뉴 기획 담당
일대일 심층면접 패널			
G	산업체	8년	팀장
H[1)]	N/A	N/A	전략팀원

[1)] 전략팀으로 이동 전 메뉴 및 마케팅팀에서 그린 급식 관련 업무 1년 담당함

나 내용에 대한 재확인이 필요하다고 판단되는 사항을 반영하여 진행될 수 있도록, FGI의 결과 분석이 완료된 후인 5월 10일과 21일에 각각 실시되었다.

2) 조사내용 및 방법

FGI는 참가한 6명의 패널에게 연구의 주제와 목적을 소개한 후 약 1시간 30분 동안 진행되었다. FGI는 면접에 참가한 패널들 사이의 상호작용을 적극적으로 활용함으로써 여타의 방법으로는 도출하기 어려운 연구주제에 대한 정보와 통찰을 얻을 수 있다는 장점을 지닌다(Morgan, 1997). 따라서 면접도구는 반구조화된 형태로 구성되었으며, 참가자들이 서로의 의견에 상호작용하면

서 자유롭게 발언을 이어나갈 수 있도록 하였다.

FGI의 주요 면접내용은 크게 4가지, 즉 지속가능성 및 지속가능한 발전에 대한 인식/ 지속가능한 급식을 위한 실천 활동/지속가능한 급식을 위한 노력의 성과(효과)에 대한 평가/지속가능한 급식의 향후 진행 방안에 대한 의견 등에 관한 내용으로 구성하였다<표 28><부록 3>. FGI 분석 결과를 바탕으로 추가로 질문 및 재확인이 필요하다고 판단된 사항은 이메일을 통하여 각 참가자를 개별적으로 접촉한 후 관련 내용을 수집하였다.

일대일 심층면접은 대상자에게 연구의 주제와 목적을 소개한 후 약 1시간 동안 진행하였다. 일대일 심층면접은 연구목적에 적합한 대상자와의 면대면 면접을 통하여, 대상자의 의견과 경험에 대한 심층적인 이해를 얻을 수 있다는 장점을 지닌다(홍두승, 2005). 따라서, 일대일 심층면접에서는 앞서 진행된 FGI를 통해 추출된 의미 있는 결과를 바탕으로 필요한 추가 질문을 하고 응답을 유도하는 형태로 진행하였고 담당자가 충분히 자신의 의견을 표출할 수 있도록 배려하였다. FGI와 일대일 심층면접 중의 모든 대화 내용은 참여자들의 동의하에 녹취하였으며, 면접이 끝난 후 전사하여 분석에 사용하였다.

3) 자료 분석

FGI와 일대일 심층면접을 통해 수집된 자료는 Miles & Huberman(1994)의 질적 자료 분석단계를 참고하여 주제분석(Thematic Analysis)을 실시하였다. 우선 녹취된 음성 자료를 전사한 내용을 수차례 반복하여 읽으면서 주제별로 의미있는 자료를 발췌하고 취합하여 정리한 후 그 의미를 분석하였다. 분석된 자료는 주제를 가장 잘 설명하는 인터뷰 참가자들의 직접적인 인용구와 분몬토의 내용 요약 간의 조화를 이룰 수 있도록 기술하였다.

<표 28> FGI 주요 면접 내용

주요 질문	세부 내용
지속가능성/지속가능한 발전의 개념은 어떻게 인식되고 있는가?	- 지속가능성/지속가능한 발전의 개념에 얼마나 친숙한가? -기존의 그린/친환경 개념에 얼마나 친숙한가? -기존의 그린/친환경의 개념과 비교하여 지속가능성/지속가능한 발전의 개념을 어떻게 인식하고 있는가?
지속가능한 급식을 위한 노력은 어떻게 실천되고 있는가?	-급식업체가 지속가능한 급식을 위한 노력을 실천한 사례 및 경험이 있는가? -급식업체가 그린/친환경 급식을 위한 노력을 실천한 사례 및 경험이 있는가? -급식업체가 지속가능한 급식을 위한 노력을 실천하는 데 있어 장애요인은 무엇인가? -급식업체의 지속가능한 급식을 위한 노력을 촉진시키기 위한 방안은 무엇인가?
지속가능한 급식을 위한 노력의 성과(효과)는 어떻게 평가되고 있는가?	-급식업체가 지속가능한 급식을 위한 노력을 통해 얻을 수 있는 성과(효과)는 무엇인가?
지속가능한 급식을 위한 노력은 향후 어떻게 진행될 것으로 예상되는가?	-급식업체가 향후 지속가능한 급식을 위한 노력을 실천할 필요성이 있다고 생각하는가? -향후 급식업체의 지속가능한 급식을 위한 노력을 적극 실천할 의도가 있는가? -이러한 실천의도에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?(계획행동이론의 요인 반영) -급식업체의 지속가능한 급식을 위한 노력에 대한 소비자들의 인식과 이용의도는 어떠할 것으로 예상하는가?

제 3절. 결과 및 논의

1. 영양사의 지속가능성 개념에 대한 인식

그린 또는 친환경과 관련하여 지속가능성의 개념에 대한 영양사 인식을 조사한 결과, 지속가능성은 그린 또는 친환경성과(보다) '동일한 개념'이 30%, '광의의 개념'이 25%로 나타났으며, '협의의 개념'과 '별개의 개념' 등 기타 의견이 45%로 조사되었다. 이는 연구 1의 소비자 조사와 유사한 결과로 영양사들도 지속가능성의 개념에 대해 혼돈을 겪고 있으며, 여전히 그린 또는 친환경성과 혼용 가능한 개념으로 인식하는 경향이 있음을 설명해 준다. 또한 급식산업에 있어 그린 또는 친환경과 관련하여 지속가능성의 개념에 대한 인식은 영양사의 모든 특성, 즉 연령, 근속연수, 산업체 급식소 유형, 급식소 생산식수 등과 통계적으로 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다<표 29>.

<표 29> 영양사의 지속가능성 개념에 대한 인식(n=202)

구분	n	%
지속가능성은 그린 또는 친환경성과 동일한 개념이다	61	30.2
지속가능성은 그린 또는 친환경성보다 광의의 개념이다	50	24.8
지속가능성은 그린 또는 친환경성보다 협의의 개념이다	61	30.2
지속가능성은 그린 또는 친환경성과 별개의 개념이다	30	14.9
전 체	202	100

FGI에서도 급식산업에서 뿐만 아니라 사회 일반적으로 회자되는 지속가능성/지속가능한 발전의 개념에 대해 패널로 참가한 전·현직 영양사(이하 영양사)들은 매우 낯선 반응을 보였다. 반면 영양사들은 그린/친환경의 개념에 대

해서는 아주 친숙한 반응을 보였다. 지속가능성/지속가능한 발전과 그린/친환경과의 개념상의 상관관계에 대해서도 영양사들은 선뜻 의견을 내지 못했다. 영양사를 대상으로 한 온라인 설문조사 결과에서 그린/친환경과 관련하여 지속가능성의 개념에 대해 혼돈을 보였던 것과 유사한 반응이었다.

FGI의 순조로운 진행을 위해, 소비자와 영양사를 대상으로 한 온라인 설문조사에서도 설문지의 도입부에 제시되었던 '지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체 대한 개념 및 이를 대표하는 실천지침들'에 대한 설명서를 나누어 주고 영양사들과 내용을 공유하는 시간을 잠시 가졌다. 이후 영양사들은 특히 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체의 대표적인 실천지침들에 아주 친숙한 반응을 보였으나, 설명서를 읽기 전까지는 이러한 실천지침들을 지속가능한 발전을 위한 활동들과 연관을 지어 생각하지는 못했고, 여전히 그린/친환경성의 연장선상에서 이해하는 것으로 보였다. 즉 위탁급식업체 "A"의 영양사들은 지속가능성 또는 지속가능한 발전이란 용어에는 익숙하지 않았으나 그 내용은 이해하고 있는 것을 확인할 수 있었다.

"이런 활동들 다 익숙한데, 지속가능한 발전을 위한 활동인지는 몰랐어요. '지속가능하다'라는 개념과는 연관이 안 되지만, '그린/친환경'이라고 하면 연결이 되네요. (영양사 A)"

또한 이러한 대표지침들 중 가장 익숙한 활동으로는 '급식소의 쓰레기 줄이기'와 '친환경 식재료 사용하기'를 가장 많이 언급하였고 가장 생소한 활동으로는 '지역 인력의 고용 및 공정대우'와 '납품업체와의 협력관계'를 들었다. 설명서를 읽고 난 후 영양사들은 급식산업에 있어 지속가능성/지속가능한 발전을 그린/친환경보다 광의의 개념으로 인식하였고, 인력의 고용 및 공정대우/납품업체와의 협력관계 등을 고려하는 지속가능한 발전을 위한 사회적 측면에서의 활동들로 인하여 더욱 이러한 인식을 갖게 되는 것으로 보였다.

"(설명서를 읽은 후) '지속가능하다'라는 것이 그린/친환경성보다 더 큰 상위개념인 것 같아요. 그린/친환경성은 급식의 지속가능한 발전을 위해서 해야 하는 행동들 같습니다.(영양사 C)"

영양사들은 급식이 경제, 사회, 환경에 미치는 영향에 대해서는 대량생산을 통하여 특정 다수에 지속적으로 제공되는 급식의 특성에 따르는 경제적인 측면에서의 영향력을 특히 크게 인식하고 있었다. 영양사들은 급식이 다수의 수혜자들의 건강과 이들이 속한 조직의 목표 달성, 예를 들어 학업이나 업무 수행에 미치는 영향력을 가장 많이 언급하였다.

"대학교 급식소에서 일할 때 식단을 짜면서 '아 내가 짠 식단을 정말 많게는 하루에 급식소 당 700-800명, 전체로 보면 하루에 만 명씩이나 급식을 먹는데.....', 정말 많은 숫자잖아요. 아, 내가 잘해야지 이분들도 밥을 잘 먹고 공부를 한다던가, 모든 활동을 잘 할 거 아니예요. 그런 영향을 많이 미친다고 생각했어요.(영양사 B)"

"공장 점포에서 계속 일을 하다보니까 직원분들이 연령대도 한 쉰이 넘어가시는 분이 많이 계세요. 그러면 그분들은 20대 초반부터 일을 했을 경우, 못해도 20년~30년을 계속 급식을 드시고 사신다는 뜻이란 말이죠. 최소 한 끼, 두 끼 아니면 세끼까지 드시는 분도 계시는데..... 그분들은 우리가 제공한 급식으로 건강을 유지하고 일을 한다는 뜻인데..... 그걸 아는 순간 음식을 할 때 조금 더 신경이 써지게 되요. (중략) 건강을 좀 생각하게 되더라구요.(영양사 E)"

2. 영양사의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성

급식에 있어 "지속가능한 발전에 대하여 잘 알고 있다고 생각하는가"에 대한 질문을 통하여 지속가능한 급식에 대한 영양사의 의식수준을 7점 척도로 측정한 결과, 평균은 4.61이었다. 지속가능한 급식에 대한 의식수준은 연령(p=.664), 근무경력(p=.322), 급식소 유형(p=.804), 급식소 생산식수(p=.399)을 포함한 모든 영양사 특성에 따라 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다<표 30>.

지속가능한 급식의 지각된 필요성을 7점 척도로 측정한 결과, 평균은 5.67로 의식수준에 비해 다소 높게 나타났다. 지속가능한 급식의 필요성에 대한 영양사 인식은 이들의 모든 특성 즉, 연령(p=.050), 근무경력(p=.737), 급식소 유형(p=.311), 급식소 생산식수(p=.900)와 무관한 것으로 조사되었다<표 30>.

이상의 연구결과에서 급식에 있어 지속가능성의 개념, 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성은 영양사 특성에 따라 모두 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 영양사 집단이 인식에 있어 매우 동질적인 집단임을 시사하는 결과로, 향후 서로 다른 조직에 속한 영양사 집단에 대한 연구결과와 비교해 보아야 확신할 수 있겠으나, 이러한 동질적인 특성은 한 조직 내에 속한 영양사들이 조직의 전사적인 방침에 따라 동일한 내용의 교육을 받고, 유사 업무를 수행하면서 이들의 인식 역시 그러한 방침에 맞게 정형화되었기 때문인 것으로 유추해 볼 수 있겠다.

<표 30> 영양사의 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성(n=202)

구분	의식(awareness)		필요성(needs)	
	M±SD	p값	M±SD	p값
연령				
20~29세	4.59±1.08	.664[1)]	5.77±1.11	.050[1)]
30~39세	4.67±1.91		5.42±1.15	
영양사 근무경력				
2~5년	4.54±1.09		5.72±1.25	
6~9년	4.67±1.04	.322[2)]	5.60±.96	.737[2)]
10~14년	5.17±1.33		5.67±1.21	
급식소 유형				
오피스	4.68±1.11		5.80±1.14	
공장	4.57±1.03	.804[2)]	5.55±1.07	.311[2)]
관공서	4.60±1.23		5.75±1.33	
일평균 급식소 생산식수(조·중·석식 포함)				
500식 미만	4.53±1.10		5.72±1.17	
500식 이상 1000식 미만	4.73±1.00		5.64±.88	
1000식 이상 2000식 미만	4.60±1.04	.399[2)]	5.67±1.12	.900[2)]
2000식 이상 4000식 미만	5.00±1.06		5.62±1.71	
4000식 이상	4.22±1.30		5.33±1.23	
전체 평균	4.61±1.08		5.67±1.13	

1) t-검정
2) ANOVA

본 연구결과를 연구 1의 소비자 연구결과와 비교해 볼 때, 급식에 있어 지속가능한 급식에 대한 필요성은 소비자와 영양사 두 집단 모두에서 비교적 높게 나타났으나, 의식수준은 소비자 집단보다 영양사 집단에서 유의적으로 더 낮은 것을 확인할 수 있었다<표 31>. 이는 상업적 외식에 비해 공급자 중심으로 생산과 운영이 이루어지는 급식에 있어 급식소를 총괄하는 관리자로서의 영양사, 그리고 더 나아가 이들이 속한 위탁급식업체 전체가 소비자에 비해 지속가능한 이슈에 대한 관심이 부족하고 이의 중요성을 간과할 수 있다는 심각한 문제의 가능성을 시사하는 결과라 하겠다.

<표 31> 지속가능한 급식에 대한 소비자와 영양사 의식수준 및 필요성 비교

구분[1]	소비자 (n=548)	영양사 (n=202)	p-값[2]
	M±SD		
지속가능한 발전에 대한 의식(awareness)	4.98±1.18	4.61±1.08	.002
지속가능한 발전에 대한 필요성(needs)	5.75±1.08	5.67±1.13	.342

[1] 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨
[2] t-검정

3. 지속가능한 급식의 실천

1) 지속가능한 급식의 실천 활동

FGI 결과 영양사들은 설명서에 제시된 지속가능한 급식을 위한 대표 실천지침들을 그린/친환경과 연계하여 대부분 스스로 실천한 경험이 있거나 실천이 가능한 활동들로 인식함을 알 수 있었다. 영양사들이 그린/친환경 또는 지속가능한 급식과 관련하여 실천한 경험이 있다고 언급한 활동들은 <표 32>와 같다. 이 중 위탁급식업체에서 전사적으로 추진되고 있는 대표적 실천지침은 '잔반 줄이기'로 영양사들은 급식생산과 운영에 있어 음식물 쓰레기의 영향력을 가장 크게 인식하고 있었다.

<표 32> 위탁급식 사례업체의 지속가능한 급식을 위한 실천 활동[1)]

구분		실천 활동	구체적 실천방법
전사적 활동	1	잔반 줄이기	-잔반이벤트: 잔반을 줄여 절약한 비용으로 후식을 제공함 -식수예측: 예상식수를 철저히 분석하여 생산식수를 정함
	2	에코밥상 제공	-탄소배출량이 적은 식재료와 조리법 사용함
위탁급식업체 차원 활동	3	친환경 식재료 사용	
	4	제철식재료 사용	
	5	일회용품 줄이기	
	6	물, 가스, 전기 등 자원 절약	-자원 절약을 실천하도록 조리 종사원을 교육함

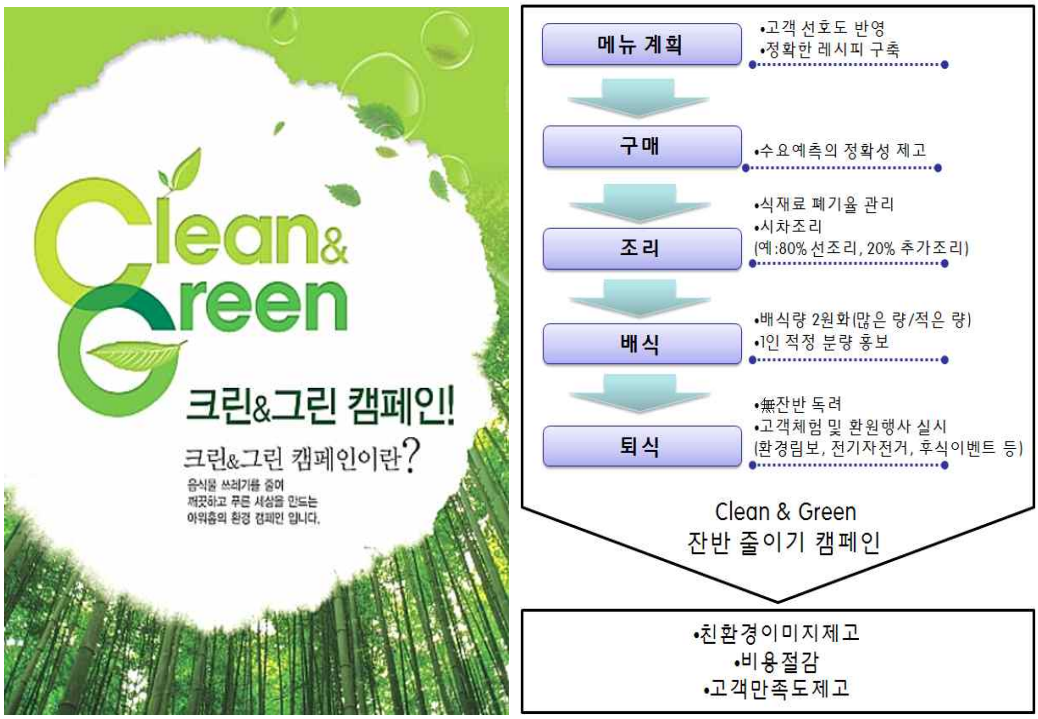
[1)] FGI시 영양사들이 언급한 내용들을 요약 정리한 것임

(1) Clean & Green 캠페인

위탁급식 사례업체가 전사적으로 추진하고 있는 대표적인 친환경 활동은 2009년부터 실시된 'Clean & Green 캠페인'으로, 깨끗하고(Clean), 푸르른(Green) 행복한 세상을 만들자는 취지로 기획되었으며, 크게 '잔반 줄이기'와 '에코밥상 제공' 활동으로 구성된다. '잔반 줄이기'는 전 급식소에서 적용이 되고 있으며, '에코밥상'은 환경의 날이나 세계 사막화 방지의 날 등에 이벤트 성격으로 한시적으로 진행이 되거나 급식소에 따라 자율적으로 적용이 되고 있었다.

'잔반 줄이기'는 고객에게 음식물 쓰레기를 줄이는 것 자체가 환경 보호의 시작임을 알리고, 그 결과 조성된 기금으로는 '후식제공'을 통하여 고객에 환원하거나 '불후이웃돕기'를 통하여 사회에 환원함으로써 고객의 참여를 독려하는 활동이다. 이는 식재 구매/발주에서 조리, 배식, 퇴식에 이르는 급식의 전 과정에 걸쳐 음식물 쓰레기 절감을 위한 노력을 통하여, 대외적으로는 친환경 급식의 이미지를 제고하고, 대내적으로는 급식소의 비용 절감에 기여함은 물론 고객 및 사회 환원 행사를 통해 만족도를 제고하는 것을 목표로 한다 <그림 16>.

정기적으로는 퇴식대에 잔반량 그래프와 포스터 등 시각 자료를 부착함으로써 고객의 주의를 환기시킴은 물론, 매주 수요일을 잔반 없는 날인 '수다날'(수요일은 다 먹는 날)로 정하고, 고객의 관심과 참여를 유도하는 다양한 이벤트를 벌이고 있다. '수다날'의 대표적인 이벤트로는 고객의 잔반량에 따라 림보의 높이를 다르게 하고 이를 통과하게 하는 '환경림보게임', 잔반을 남기지 않은 고객에게 귤, 야쿠르트, 사탕 등 후식을 나눠주고 잔반을 남긴 고객에게는 자발적으로 100원을 불우이웃돕기 성금으로 각출하게 하는 캠페인, 잔반을 남긴 만큼 자전거 페달을 밟아 버려지는 음식을 만드는데 필요한 에너지의 소중함을 간접 체험하게 하는 '전기자전거 이벤트' 등이 있다(한국경제, 2009).



<그림 16> 위탁급식 사례업체의 Clean & Green 캠페인과(좌), 운영개요(우)

(2) 에코밥상 제공

'에코밥상 제공'은 친환경 급식에 특별한 관심을 가졌던 위탁사인 LG전자와의 협력으로 시작된 활동이다. 에코밥상은 대상 급식소에서 '탄소 발생량 감소'를 테마로 제철 식재료, 탄소 발생량이 적은 식재와 조리법을 적극 활용한 저탄소 식단으로 구성되며, 자전거 발전기 체험, 환경 낱말 퍼즐 이벤트, 에코컵 등 친환경 경품 증정 등을 통해 탄소발생량 저감에 대한 고객의 관심과 호응을 높이기 위한 활동으로 이루어진다. 에코밥상에는 탄소 배출량이 많은 식재인 쇠고기 등 육류는 식단에서 배제되고, 탄소 배출량이 적고 영양까지 충족시킬 수 있는 닭고기, 생선, 두부 등의 고단백 식재가 활용된다. 또한 기름과 연료 사용량이 높은 튀김류 대신 조리열을 줄인 채소류 등의 생채메뉴

가 제공된다. 일례로, 위탁급식 사례업체의 한 급식소에서는 '제육생야채비빔밥'을 '겉절이 보리비빔밥'으로, '두부구이'를 '데친두부'로, '팽이버섯 볶음'을 '팽이버섯 겨자채'로 대체해 각 메뉴 1인분 당 1048g, 300g, 324g의 탄소 발생량을 감소시켰음을 보고한 바 있다(노컷뉴스, 2011; EBN 산업뉴스, 2011).

(3) 기타 지역사회 공헌활동

급식소 단위에서 추진되고 있지는 않지만 현재 위탁급식 사례업체의 기업 사회적 책임활동의 일부로 진행되고 있는 지역사회 공헌활동들은 지속가능한 급식을 위한 사회적 측면의 실천 활동으로 이해할 수 있다. 위탁급식 사례업체는 2007년 11월 발족한 사내 봉사단체를 중심으로 지역사회에 나눔의 활동을 정기적으로 추진함으로써 사회발전에 공헌하기 위해 노력하고 있다. 위탁급식 사례업체가 진행해 온 주요 사회공헌활동의 내용은 <표 33>와 같다.

<표 33> 위탁급식 사례업체의 사회공헌활동[1)]

사회공헌활동	세부내용
무료급식제공	-저소득층에 무료급식 제공
자원봉사활동	-독거노인, 노인시설 방문 -지역주민 초청 나눔 행사 개최 -장애아동들을 위한 봄나들이 선물 제공
자매결연을 통한 기부 활동	-전국 지역아동센터 협의회와의 업무협약을 통해 소외계층 아이들을 위한 식판 기부 -불우이웃돕기
환경보전활동	-Clean & Green 캠페인 -에코밥상 제공

[1)]FGI와 심층면접시 패널들이 언급한 내용과 위탁급식업체 'A' 홈페이지에 제공된 관련내용을 요약 정리한 것임

FGI와 심층면접결과 참가자들은 위탁급식 사례업체에서 현재 기업의 사회적 책임활동의 일부로 진행하고 있는 지역사회 공헌활동들을 진정성이 결여된 홍보성 그리고 일회성 '구색 갖추기'로 인식하는 경향을 보였다.

저희가 사회공헌하는 것은 봉사활동이 있는데, 거의 거래처 위주로 하고..... 노인시설을 방문해서 저희 제품을 좀 드리고, 안마 같은 것도 좀 해드리고, 청소하고 그런 식이죠. 그리고 그게 2달에 한번이거든요. 그리고 어떤 한 곳을 고정적으로 방문하는 게 아니라 이곳저곳 옮겨 다니면서 하니까, 별로 그렇게 큰 효과는 없는 그런 것 같아요. 제가 보기에는 정말 이거야말로 구색 갖추기인 거죠 (전략팀원).

과거에는 사회공헌활동을 추진하는 데 있어 방어적이거나 소극적인 접근방식이 일반적이었으며 공헌의 내용도 금전이나 물질적 기부에만 치중되어 왔을 뿐, 수혜 대상자와의 지속적인 관계 형성이 결여되어 온 것이 사실이다. 그러나 최근의 사회공헌활동은 보다 적극적인 관점에서 기업이 가진 전문능력과 자원봉사를 결합하는 통합적이고 전략적 활동으로 변화하고 있다(한완선, 2010). 소외계층의 정보격차를 줄여 전 국민의 IT 활용능력을 증진하고 대한민국이 디지털 지식강국으로 발돋움하는데 기여한 KT의 'IT 서포터즈 활동'은 이렇게 변화하고 있는 사회공헌활동의 모습을 잘 보여주는 사례라 할 수 있다(KT, 2012).

이런 의미에서 위탁급식 사례업체가 2011년 전국 지역아동센터 협의회와의 업무협약을 통해 소외계층 아이들의 균형된 식사 제공을 위해 식판을 기부한 사례는 사회공헌활동의 새로운 패러다임을 반영한 좋은 변화라 수 있다<표 33>. 그러나 이러한 활동이 단순한 기부에서 그치지 않고 경제적, 사회적 가치창출로 이어지도록 하기 위해서는 수혜 대상자와의 지속적인 관계 형성은 물론 기업의 전문능력과 자원봉사를 결합하는 추가적 노력이 필요할 것으로 보인다. 일례로 KT의 IT 서포터즈 사례에서처럼 조리사 또는 영양사라는 위탁급식업체의 전문 인력을 식판을 제공한 전국 지역아동센터에 정기적으로

파견, 소외계층 아이들을 위한 급식 현장의 개선을 위해 봉사하게 하는 방안 등은 급식전문기업의 핵심역량과 급식과 관련된 지역사회의 요구를 결합한 상생차원의 전략적 지역사회 공헌활동이 될 것이다.

2) 지속가능한 급식의 실천의도

지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도에 대한 5개 문항을 7점 척도로 측정한 평균 범위는 4.33~5.23이었다. 이 중 내가 일하는 위탁급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, "나는 기꺼이 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다(5.23)"의 평균이 가장 높았다. 그 다음으로는 "나는 급식소의 비용이 증가한다고 해도(4.66), 운영 상 불편이 따른다 해도(4.53), 작업시간이 늘어난다고 해도(4.38), 작업량이 늘어난다고 해도(4.33) 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다"의 순으로 조사되었다 <표 34>.

<표 34> 지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도(n=202)

구 분[1]		M ± SD
단순실천의도	내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면, 나는 기꺼이 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다	5.23±1.08
기업부담극복 실천의도	나는 급식소의 비용이 늘어난다고 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다	4.66±1.23
	나는 급식소 운영 상 불편이 따른다 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다	4.53±1.29
개인부담극복 실천의도	나는 급식소의 작업량이 늘어난다고 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다	4.33±1.39
	나는 급식소의 작업시간이 늘어난다고 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다	4.38±1.37

[1]모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정됨

즉, 지속가능한 급식을 위한 단순한 실천의도에 비해 이러한 노력의 실천으로 인해 발생할 수도 있는 급식소 비용 증가나 운영 상 불편, 추가 업무부담 등의 장애요소를 극복하면서까지 이를 실천하겠다는 의지는 보다 낮게 평가되는 것을 알 수 있었다. 이는 '지속가능한 발전을 위한 노력의 실천'이라는 윤리적인 행동도 조직 내에서 수행해야 할 직무로 인식되는 한, 비용과 운영상의 불편 등 기업의 추가 부담 증가와 작업시간 및 작업량의 증가 등 개인의 추가 부담과 같은 현실적인 문제로 인해 제약을 받는다는 사실을 시사한다. 특히 급식소 비용은 위탁급식업체가 급식소 및 이를 맡고 있는 영양사의 성과를 평가하는 중요한 기준으로 이와 같은 상황에서 영양사들이 비용에 민감한 것은 당연한 결과라 할 수 있다.

또한 엄영람 & 류은순(2003b)은 4년제 대학교와 2년제 대학을 졸업한 위탁급식 영양사의 평균 초임연봉이 각각 국내 동일 학력 소지자 초임연봉의 63%와 75% 수준임을 보고한 바 있다. 이렇듯 상대적으로 열악한 영양사들의 급여조건은 작업시간과 작업량의 부담을 극복하는 데 대한 이들의 동기부여를 방해하는 요인으로 작용할 것으로 유추된다. 따라서 향후 지속가능한 급식을 위한 영양사들의 실천의도를 제고하기 위해서는 이와 관련된 실천 활동에 소요되는 추가 비용을 본사 차원에서 일괄적으로 지원하거나, 급식소 비용 평가항목에서 제외하는 등의 보완책이 요구되며, 영양사들의 급여조건을 현실화하는 등 보다 근본적인 해결책이 뒤따라야 할 것으로 생각된다.

3) 지속가능한 급식 실천의 촉진요인

(1) 비용절감을 통한 수익성 향상

영양사들은 지속가능한 급식을 위한 활동들을 실천하는 가장 큰 동인으로 비용절약을 통한 급식소의 수익성 향상과 이를 바탕으로 결정되는 자신들의

성과평가와 관련된 사항을 가장 일차적인 것으로 상기하였다. 반면 전사적 캠페인의 본래 취지대로 사회와 환경에 대한 기여라는 측면에서의 동기부여는 거의 이루어지지 않는 것으로 보였다. 즉 영양사로의 직무가 우리 사회 그리고 환경에 미치는 영향에 대한 인식은 대부분 결여되어 있었다.

"그냥 오늘 모자라면 안 되고, 많이 남아도 안 되고, 많이 남으면 '아 아깝다. 이거 재료비가 얼마야' 이런 생각까지만 하지, 그 이상까지는 아직 생각이 안나요.(영양사 D)"

"일반 찌개를 팔다가 직화로 끓여서 파는 거라면 그만큼 가스비가 더 나오는 거예요. 금액적으로 보이니까 어떻게든 이걸 아껴야 되는데 해서 메뉴도 바꿔보고 하기는 하는데. (중략) 만약 위생 점검을 많이 나오고 여름철이어서 청소를 많이 하면 상대적으로 물을 많이 쓰니까 수도세가 막 50만원이 나오고. 전기를 하루 종일 켜 놓는다거나 그러면 전기세가 더 나오고..... 이러니 저도 모르게 불 끄고 다니고 물 잠그고. (영양사 C)"

반면 사회적, 환경적 측면에서의 고려가 이러한 활동들에 대한 동인으로 작용하는 경우는 개별적으로 급식운영을 통해 겪는 실제 경험에 따라 결정되는 것으로 보였다. 즉 급식운영을 통해 급식이 사회와 환경에 미치는 영향을 실제로 체험함으로써 간접 교육의 기회를 접한 경우에는, 이러한 활동들이 지니는 사회적, 환경적 의미를 깨닫고 있었다.

"제가 일하던 급식소가 위치한 지역에 음식물 쓰레기가 한번 대란이 나서 수거를 안 해 간 적이 있어요. (중략) 이렇게 거의 일주일을 수거를 안 해 가서 저희 급식소 뒤뜰의 통에 음식물이 쭉 쌓여 있는 것을 보고 '아 이게 정말 환경에 영향이 엄청 나구나' 그런 생각을 하면서.....정말 그때 그 음식물 쓰레기가 잔뜩 쌓여 가면서 냄새가 나고 이런 걸 피부로 느껴 가지고, 잔반을 줄이기 위해 노력을 해야겠다는 생각이 들더라구요. 그래서 그 이후부터는 잔반통을 매일 봤어요. 매일 열어서 '오늘 얼마만큼 찼지?' 그걸 달력에다 적었거든요. 자꾸 그걸 쳐다보니까 저도 모르게 줄이려고 하는 의지가 생기더군요.(영양사 C)"

"학교에 있을 때, (중략) 손 씻고 와서 줄을 서서 밥을 먹는데 장난치는 애들이 너무너무 많은 거예요. 물장난, 특히 여름이 되면 물을 틀어놓고 장난치고 그렇다 보니까. 저 같은 경우는 (중략) 교육적인 것 때문에 했었던 건 있었어요. (중략) 잔반교육도 하고 영양교육도 하고 여러가지 교육을 하고 있는데 환경교육도 하거든요. 그렇다 보니까 '물을 아껴 써야 된다' 해서 교육도 하고 POP도 붙이고 포스터 같은 거 있으면 같이 붙이고.(영양사 A)"

위탁급식업체 전사적으로 볼 때 급식이 경제, 사회, 환경에 미치는 파급효과를 인식하고는 있었으나, 이를 전사적 차원에서 통합적으로 관리하기 위한 구체적인 실천지침들을 마련하고 시행하려는 의지는 관찰되지 않았다. 또한 위탁급식업체 내에서 현재 시행되고 있는 그린/친환경 또는 지속가능한 발전과 관련한 활동 등도 녹색경영이나 지속가능경영의 방침 아래 전사적으로 추진되고 있는 것이 아니라, ISO 인증 획득의 목적 등 임의적인 필요에 따라 단기간에 가시적인 성과를 이룰 수 있는 활동들을 중심으로 단편적으로 이루어지고 있었으며, 그러한 활동들의 배경에는 비용 등 경제적인 동인이 크게 작용하고 있었다. 이는 지속가능경영원(2008)이 실시한 기업의 지속가능발전 기여도에 대한 사회인식 조사 연구에서 기업의 지속가능경영 추진의 가장 큰 동기가 '기업의 궁극적인 목적인 이윤 창출'이란 경제적 측면에서 인식되는 것으로 나타난 사실을 잘 지지해 주는 결과라 할 수 있다.

"먹는 것은 기본적으로 경제, 사회, 환경과 너무나 연관이 많기 때문에, 그래서 먹는 것 플러스 인테리어, 여러 가지 시스템 등 이렇게 여러 가지가 다 그것(지속가능한 발전)과 연관되어 있다고 보여지고.....그래서 저희도 그런 것(지속가능한 발전)을 지향해야겠다는 생각은 하지만 아직 구체적으로 어떻게 해야 되겠다는 것들은 없는 것 같고.....(메뉴 및 마케팅 팀장 G)"

"음식물 쓰레기, (중략) 전기, 수도, 가스 등 계량화 할 수 있는 부분에서 일부 비용이 집행되는 것과 연관 지어지는 것에서 몇 개의 목표를 갖고 그것을 실행하도록

하고.....(중략) 전체적으로 급식에서 일어나는 모든 일을 그런(지속가능한 발전을 위한) 방향으로 가고자 하는 목표는 없는 것 같아요.(메뉴 및 마케팅 팀장)"

"전체를 아우르는 것은 없고요. (중략) 녹색경영이나 이런 것에 대한 것들로 회사를 끌고 가는 것은 아니기 때문에 그런(지속가능한 급식을 위한) 활동들이 전체적인 것에 대한 건 아니고, 아주 조각조각으로는 막 있는 것 같아요.(전략 팀원 H)"

(2) 지속가능한 급식에 대한 지식과 정보 공유

FGI 결과 참가자들은 향후 위탁급식업체가 지속가능한 급식을 위한 활동을 실천하는 것에 대해 호의적인 태도를 보이고 이의 필요성에 대해서도 긍정적인 의견을 보였으나, 영양사들이 현장에서 이러한 노력을 적극 실천할 의도가 있을 것인가에 대해서는 다소 미온적인 반응을 보였다. 참가자들은 이러한 영양사들의 실천의도를 고무하기 위해 가장 필요한 것은 지속가능한 급식에 대한 충분한 지식과 정보를 공유하는 것이며, 이는 조직 내 영양사 업무교육을 통해서 이루어지는 것이 가장 일반적이고 효과가 있음을 강조하였다.

"충분히 저희를 설득을 시켜 주시면, 뭔가 저희가 납득할 수 있을 만한 그런 것들을 좀 제시를 해주면 우리도 '아 그래, 저게 좋지' 라고 하는데, 그냥 무작정 지시로 '해라' 해 버리면 또 '귀찮은 것 생겼네'라고 생각할 것 같아요.(영양사 C)"

"단적으로 뭐 '이거를 해야 앞으로 회사가 더 발전이 있고 네가 더 오래 회사 다닐 수 있어' 뭐 이렇게 되면, 해야지요. 근데 그런 게 아니라면 굳이 '왜 또 귀찮은 일만 더 만드나' 할 수도 있고.....(영양사 F)"

선행연구에 따르면, 지속가능한 급식을 위한 실천과 같은 윤리적 행동은 이러한 행동이 미치는 개인적, 사회적, 환경적 영향력에 대한 이해와 의식을 바탕으로 할 경우 그 효과가 제고될 수 있다고 하였다(Verbeke, 2005). 본

연구결과에서도 영양사들은 단순한 업무 지시나 명령 이전에 급식에 있어 지속가능한 발전과 관련된 이슈에 대한 충분한 지식과 정보가 공유될 경우 자신들의 실천의도가 고무될 수 있음을 시사한 바 있다. 따라서 지속가능한 급식의 실천을 독려하기 위한 영양사 교육은 자신들의 실천 행동이 경제, 사회, 환경에 미칠 수 있는 영향을 스스로 통찰할 수 있는 정보의 제공을 포함해야 할 것이다.

(3) 준거집단의 영향력

지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도는 동료나 상사 등 조직 내 준거집단의 영향력을 크게 받는 것으로 나타났다. 이러한 준거집단의 영향력은 실천의도에 직접적인 영향을 미치기도 하지만, '나도 할 수 있다'는 통제능력에 대한 영양사들의 지각 수준을 높임으로써 실천의도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 보였다. 즉 대부분의 위탁급식업체의 경우 급식소 관리자인 영양사들에게 상당한 권한위임이 이루어지므로 일단 실천에 대한 동기부여가 된다면 '할 수 있다'는 의지는 쉽게 발현되는 것 같았다. 특히 소비자의 평가가 긍정적인 활동들은 영양사들 사이에서 구전을 통해 쉽게 확산되어 실천이 되고 있었으며, 지사장 산하 소장, 영양사들로 이루어진 급식소 관리 조직 체계 내에서, 자신들의 인사고과 및 급식소 배치에 결정권을 가진 지사장과 소장의 의견은 곧 상하직급체계에 따른 지시 혹은 명령처럼 인식되고 있었다.

"(동료가) 했다가 아니라.....해서 뭐가 됐어, (예를 들어) 고객이 칭찬의 글을 써줬어 이러면.....(영양사 F)"

"나도 한번 해볼까? 어떻게 했어? 하면서 결국은 자기일이 되는 거죠. 그렇게 해서 그 급식소 전체가 참여하게 되면.....소비자뿐만 아니라 조리하시는 분도 그렇게 되고 또 그분들의 인식 자체가 변했다면, 가정으로 와서 또 가정에서 실천하면 되는 거니까.(영양사 A)"

"본장(각 급식소 지점의 영양사)들은 가까이 소장님(각 지역별 급식소 지점들의 총괄 영양사)을 가장 많이 뵈니까. 소장님들의 행동이나 의견들이 크죠.(영양사 C)"

"(동료가) 소비자가 뭐 좋아 했더래. 이러면 하고 싶죠.(영양사 E)"

따라서 조직 내 수평적, 수직적 동료 및 상하 관계로부터 발생하는 영향력을 충분히 활용할 수 있도록, 영양사들 사이에 지속가능한 급식을 위한 실천을 긍정적으로 공론화하는 한편, 수평적 소통체계와 수직적 명령체계를 통하여 구체적인 실천 내용과 방법을 효과적으로 전달할 수 있는 방안을 마련해야 할 것으로 생각된다. 특히, 본 연구결과 영양사 집단은 매우 동질적일 가능성이 높은 집단으로 이는 교육 등 정보의 공유, 그리고 조직 내 적절한 동기부여를 통하여 지속가능한 이슈와 관련된 이들의 인식과 실천의도를 쉽게 변화시킬 수 있는 기회를 의미한다.

(4) 지속가능한 급식의 실천지침 제공

영양사들은 교육을 통해 얻은 지속가능한 급식에 대한 지식과 정보가 급식소 현장에서 원활하게 실천되기 위해서는 이와 관련된 실천지침이 좀 더 구체적인 활동의 형태로 제공되어야 함을 제언하였다. 현재 급식을 포함한 지속가능한 외식의 실현을 위해 미국의 Green Seal(GS, 2009), Green Restaurant Associations(GRA, 2009), International Facility Management Association Foundation(IFMA Foundation, 2009)과 영국의 Sustain: The alliance for better food and farming(Sustain, 2010), Sustainable Restaurant Association(SRA, 2010) 등 관련 단체들이 구체적으로 제시하고 있는 여러 기준과 가이드라인 등은 향후 국내 위탁급식업체의 벤치마킹을 위한 좋은 참고자료가 될 수 있을 것으로 사료된다.

"그런 내용(교육 내용) 자체는 그냥 좀 막연하고 두루뭉술하다고 해야 하나요? '직접적으로 어떻게 해'가 아니라, 이러이러한 식의 방법이 있다는 식으로 접근하는데.... (중략) 이렇게 막연한 건 좀.....그냥 처음에 이거하고 그 다음 이거하고 이런 것이 있으면 좋은데....(영양사 C)"

"구체적인 프로세스라던지 이런 게 딱 나와 있으면 좋겠어요.....(영양사 A)"

이러한 기준과 가이드라인 등은 지속가능성의 측면에서 위탁급식업체의 수준을 평가하고 향후 개선 방향을 모색하는 데 중요한 자료로 활용될 수 있다. 실제로 영국과 미국의 관련 단체들은 자체적으로 마련한 기준과 가이드라인에 따라 외식업체를 평가하고 그 결과에 따라 인증을 수여하는 등의 활동을 추진하고 있다(GRA, 2009; GS, 2009; SRA, 2010).

또한 영양사들은 지속가능한 급식을 위한 노력을 실천함에 있어 비용이 큰 부담으로 작용함을 강조한 바 있다. 따라서 이러한 실천지침 마련 시, 미국의 IFMA Foundation이 ARAMARK의 후원을 받아 발간한 "Sustainability in the Food Service Environment" Guide (IFMA Foundation, 2009)에 포함된 Sustainability Checklists에서처럼 지속가능한 급식의 실천사항들을 도입비용에 따라 저·중·고 비용의 활동으로 분류하고 비용의 부담이 없는 실천 활동부터 단계적으로 적용하는 방안도 좋은 참고가 될 수 있을 것으로 생각된다.

4) 지속가능한 급식 실천의 장애요인

온라인 설문조사를 통해 지속가능한 급식의 실현에 있어 영양사들이 인식하는 장애요인을 7점 척도로 측정한 결과, '정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재(5.45)', '소비자 인식 부족(5.28)'의 평균값이 상대적으로 높게 나타났고, '급식업체의 노력부족(4.48)'에 대한 평균값이 가장 낮았다<표 35>. 또한 면접

조사를 통해 파악된 영양사 및 위탁급식업체 관련자들이 실제 현장에서 경험하며 느낀 지속가능한 급식 실천의 장애요인은 다음의 (1)~(5)항과 같다.

<표 35> 영양사가 인식하는 지속가능한 급식 실현의 장애요인(n=202)

구분	Mean ± SD
정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재가 장애요인이다	5.45 ± 1.07
소비자들의 인식 부족이 장애요인이다	5.28 ± 1.17
제반 여건(예: 지역농산물 유통 시스템, 친환경 상품 개발 및 생산 시스템 등) 성숙의 미비가 장애요인이다	5.22 ± 1.14
소비자와 급식업체 사이의 커뮤니케이션 부재가 장애요인이다	5.14 ± 1.10
사회적 홍보(매스미디어 등을 이용한 대국민 홍보)의 부재가 장애요인이다	5.14 ± 1.17
급식업체의 노력 부족이 장애요인이다	4.48 ± 1.26

(1) 비용 및 추가 업무 부담

FGI 결과 그린/친환경 또는 지속가능한 발전과 관련된 활동을 실현하는데 있어 가장 큰 장애요인으로 영양사들은 비용문제를 인식하였고, 비용이 지원이 된다고 하더라도 업무에 추가적 불편 및 고충 등이 따른다면 이를 아무런 보상 없이 자발적으로 실천할 의도는 없는 것으로 보였다. 이는 앞선 영양사를 대상으로 한 온라인 설문조사에서도 확인된 결과로, 현재 급식소 관리를 맡고 있는 영양사의 인사고과가 무엇보다도 그들이 운영하는 각 급식소의 수익성과 직결되어 있기 때문인 것으로 사료된다. 즉 조직의 구성원으로서 영양사에 대한 평가가 급식소의 비용과 맞물려 있는 한 현실적으로 아무리 선한 윤리적 동기라 할지라도 비용에 대한 고려를 앞설 수 없다는 결론이다.

“비용.....하고 싶어도 돈이 없으니까. 친환경 식재료를 구매해서 이벤트 성으로, 보답의 의미로 하고 싶은데, 너무 비싼 거예요. 냅킨도 친환경소재를 쓰면 너무너무 좋다는 것을 우리 모두가 다 알고 있는 사실이지만, 금액적인 차이가 너무 크기 때문에.....그 것을 감당할 수가 없어서.....그런 것들이 제일 힘들죠.(영양사 A)”

“업무도 너무 많고 당장일이 와 닿는 느낌이 아니기 때문에.....완전히 내 업무로 평가가 되는 것은 아니잖아요. 그래서 아주 열정적으로는 못할 것 같아요.(영양사 F)”

실제로 본 연구의 온라인 설문조사를 통하여 지속가능한 급식의 인당 가격은 얼마가 적정할지에 대한 영양사 인식을 조사한 결과 대부분(88%)의 영양사들이 지속가능한 급식의 적정가격은 현행가격보다 높아야 한다고 예상하였다 <표 36>. 영양사들이 예상한 지속가능한 급식의 평균 적정가격은 현행가격으로 가정된 4,000원보다 약 32% 높은 5,270원으로 나타났다. 영양사들이 가장 많이 응답한 적정가격은 5,000원(34%)이었고, 4,500원(17%)과 6,000원(15%)이 차례로 그 뒤를 따랐다.

<표 36> 지속가능한 급식의 적정가격(n=202)

구분	n (%)	적정가격 (현행가격 대비 %)	n (%)
현행가격이하 (≤4,000원)	17(8.4)	N/A	
현행가격초과 (>4,000원)	178(88.1)	4,000원(0%)< and ≤4,500원(113%)	41(23)
		4,500원(113%) < and ≤5,000원(125%)	75(42)
		>5,000원(125%)	62(35)
응답오류	7(3.5)		
최소값		2,400원(60%)	
최대값		8,000원(200%)	
최빈값		5,000원(125%)	
평균 적정급식가격		5,270원(132%)	

(2) 소비자 인식과 행동의도 사이의 갭

'윤리적 소비' 등 착한 소비에 있어 소비자의 태도와 행동사이의 갭을 고려할 때, 지속가능한 급식이 현 급식 시장의 흐름을 주도하고 이러한 갭이 극복되기에는 아직 이에 대한 소비자의 인식이 부족하다는 의견 역시 위탁급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 더디게 하는 요인으로 지적되었다. 특히 우리 사회에 편재하는 '저렴하게 한 끼 때우기'라는 급식의 '컬처 코드(Culture Code)'는 이러한 갭의 주 원인으로 이해되고 있었다.

"그리고 이제 그런 부분에 대해서 저희는 이제 기업이다 보니까 사회적으로 얼마나 이것들이 받아들여 질 것이며, 이것을 우리가 앞으로 리드해 갈 수 있는 문화인 것인지. 그게 고객들에게 통할 것인지, 이런 것들이 고민이 많이 되고.....너무 이르지 않은가? 이런 생각도 들기도 하고. 소비자의 구매행동과의 연관에 대한 것은 아직은 갭이 있다는.....(메뉴 및 마케팅 팀장)"

"영양사님들의 말씀도 이해가 가는 게, 사실 사람들이 급식에 되게 야박해요. 돈을 정말 안 써요. 급식이니까 뭐 3천원, 4천원 당연히 그래야지. 이런 느낌? 급식도 (상업적 외식과) 똑같은 재료로 만들었는데..... (전략팀원)"

식품 소매업과는 다르게 외식에 있어서 지속가능한 이슈에 대한 공급자와 소비자 사이에 공감대가 결여되어 있다는 사실은 선행연구에서도 지적된 바 있다(One Planet Dining, 2007). 따라서 위탁급식업체는 소비자와의 공감대 형성을 위한 커뮤니케이션 전략을 수립함에 있어 급식이란 '저렴한 연료'가 아닌 '가치있는 식사'임을 강조해야 할 것이며, 지속가능한 급식을 이용함으로써 개인에게 돌아오는 혜택은 물론, 그 밖의 경제, 사회, 환경에 어떻게, 그리고 얼마나 중요한 영향을 미치는지를 알리고, 자신들의 노력으로 경제, 사회, 환경에 기여할 수 있다는 믿음을 심어 줄 수 있도록 계획해야 할 것이다.

또한 면접조사 참가자들은 비용이나 업무에 따른 부담, 불편 등이 해소된다고 하더라도 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력이 정착되고 이러한

노력의 의미가 소비자에게 제대로 전달되어 그들의 참여를 이끌어 내기까지는 장기적인 관점에서의 노력이 필요하다고 생각하였다. 이는 급식소에서 영양사 업무를 수행하면서 급식에 있어 소비자 인식과 행동의도를 변화시키기 위해서는 많은 시간과 노력이 필요하다는 그 동안의 경험을 바탕으로 한 의견으로 보였다. 또한 이러한 변화는 급식업체만의 노력이 아닌 관련 정부기관 및 단체와의 협력을 통한 전 국민 차원에서의 홍보 및 캠페인이 뒷받침되어야 함을 강조하였다.

"식약청에서 나트륨 사업을 굉장히 오래 하고 있는 것으로 알고 있어요. 지금 이제 조금 인식이 많이 변화하고 많이 적극성을 띄고, 염도에 대한 인식을 하고, 그니까 굉장히 장기간이 걸린 걸로 알고 있거든요. 식약청에서 배너를 제작을 하고 위탁급식업체랑 연계를 해서 캠페인을 하고 같이 보건소랑 연결을 하고, 그런 식으로 어쨌든 다 같이 참여를 해서 하니까 국민이 연동이 되어서 운동처럼 된 거라서 조금씩 인식 변화가 생겼다고 생각하거든요. 이것(지속가능한 급식)도 하려면 그 정도의 기간도 필요하고 장기적으로 봐야 되고 인식 자체를 바꿔야 가능할 것 같아요.(영양사 A)"

(3) 본사와 급식소 현장 간 공감대 결여

현재 국내 대기업이 운영하는 위탁급식업체의 대부분은 전국에 흩어져 있는 많은 수의 급식소를 효율적으로 관리하기 위하여 많은 권한을 영양사들에게 이임하고 있으며, 영양사들은 급식소가 위치한 관할 지역을 담당하는 소장과 지사장들을 중심으로 분권 조직을 형성, 이 조직 내 지시와 명령을 따르며 업무 성과를 평가 받게 된다.

이러한 급식소의 분권적 운영방식은 신속한 의사결정을 비롯한 많은 장점이 있지만, 이러한 급식업체의 분권적 운영 및 관리방식은 신속한 의사결정을 비롯해 업무 효율을 높이는데 도움이 되나, 지속가능한 급식과 같은 전략적 이슈를 전사적으로 추진하는 데 있어서는 많은 어려움이 따르는 것으로 보였다.

또한 급식소는 위탁급식업체의 일차적인 수익이 창출되는 곳으로 '현장 최우선주의'라는 전사적인 비호 하에 막강한 파워를 축적하고 있어, 본사의 지침이라 할지라도 일방적인 실행을 강요할 수 없는 실정이었다. 한 조직 내에 존재하는 이러한 부서 간 공감대 결여는 그린/친환경 혹은 지속가능한 급식에 대한 이슈를 전사적인 미션으로 삼는데 장애요인이 되고 있었다. 현재 전사적으로 추진되고 있는 지속가능한 발전을 위한 활동이 '잔반 줄이기' 뿐이고 나머지는 급식소 자율에 맡길 수밖에 없어 적용이 미미한 것도 부분적으로는 바로 이러한 이유 때문인 것으로 보였다

"새로운 시도에 있어 늘 현장(영양사들)의 반발에 부딪히기 일쑤입니다. 현장의 파워가 막강해서 본사에서 강제적으로 시행할 수 있는 일이 거의 없지요. 당장 (급식소의) 이득이 되는 일이 아니면, 시행이 어렵다고 봐야합니다. 지속가능한 발전과 같은 이슈도 그렇다고 볼 수 있죠(전략 팀원)"

지난 선행연구의 결과에서 나타난 것처럼 지속가능경영에 대한 기업의 투자는 장기적인 관점에서 조직에 긍정적인 영향을 가져올 수 있다(Baldwin 등, 2011; Bird 등, 2007; Nicolau, 2008). 따라서, 위탁급식업체는 지속가능한 급식의 추진을 위해 소요되는 비용을 장기적인 투자의 관점에서 이해하고 해당 비용을 각 급식소에 전가하기 보다는 본사에서 일괄적으로 지원하는 정책 등을 마련함으로써, 이의 전사적 실천에 대한 당위성을 확보함은 물론 본사와 급식소 현장 간에 공감대 구축을 위해 시급히 노력해야 할 것이다. 또한 지속가능한 급식의 실천과 관련된 항목을 급식소 평가 내용에 포함하도록 하여, 이러한 실천 행동들이 조직의 과업임을 규정하고 영양사들이 업무의 일부로 이를 실천한 것에 대해 정당한 평가와 보상을 받을 수 있는 체제의 마련이 요구된다.

(4) 이해관계자들의 참여와 협력 도모의 난제

본 연구결과 위탁급식 사례업체 전사적으로도 향후 위탁급식업체가 지속가능한 급식을 위한 활동을 실천해야 할 필요성을 느끼고 있었으나, 이를 전사적인 경영방침으로 도입하는 것에는 아직 소극적인 반응을 보였다. 이러한 필요성은 급식시장 내 경쟁이 치열해지면서 위탁급식업체가 성장의 한계에 직면함은 물론, 환경 및 상생경영 등을 강조하는 최근의 사회 분위기가 고조되면서 높게 인식되고 있는 것으로 보였다. 또한 이러한 필요성이 실제 경영방침에 반영되고 성공적인 성과를 거두기 위해서는 위탁급식업체의 단순한 노력 이상의 모든 이해관계자들의 참여와 협력이 요구되고 있었다.

그러나, 급식의 소비자와 위탁사 등 주요 이해관계자들이 위탁급식업체의 이러한 노력에 쉽게 동참하지 않을 것이라는 회의적인 기대감은 지속가능한 급식을 위한 위탁급식업체의 전사적인 실천과 노력을 더디게 하는 주된 원인으로 작용하는 것으로 나타났다. 이는 국내에 지속가능한 발전과 지속가능경영의 개념에 대한 사회적 인지수준이 날로 증가하고 있음에도 불구하고, 이해관계자들 사이의 공감대 부족과 갈등으로 인하여 이의 현실적인 실천이 장애를 겪고 있다는 선행연구의 결과(지속가능경영원, 2008)를 잘 뒷받침해주는 사례라 할 수 있다.

"급식업체들이 지난 20년 동안 계속 굉장히 많이 발전했어요. 연간성장률이 거의 20%에 육박했지요. 그러나 작년, 올해 전체 급식시장 자체가 이제 굉장히 둔하게 성장하고 있고.....이러면 기업이 미래에 대한 고민을 해야 하는데. 지금까지는 급식업체들 저희가 그런 고민을 너무 안한다는 거죠. (중략) (지속가능한 발전을 위해서는) 기업의 의지가 중요하고. 그 다음에 사회 전반의 분위기가 그런 기업들을 높이 사고, 그런 기업들이 발전을 하고 사랑을 받는 방향으로 가야 하는데.....(중략)(마케팅 팀장)"

"(급식에 있어 지속가능한 발전을 위해서는)오너의 의지.....기업의 의지가 중요하죠. 그러나 아직은 그런 의지가 없는 것 같고.....(전략팀원)

특히, 위탁급식의 경우 위탁사의 의지는 위탁급식업체의 지속가능한 급식을 위한 실천에 큰 영향력을 미치는 것으로 확인되었다. 위탁급식 사례업체의 대표적인 지속가능한 급식을 위한 실천 활동인 '에코 밥상' 제공이 환경경영전략을 적극적으로 실천하는 위탁사인 LG전자와의 협력으로부터 시작되었고 지금도 LG전자의 급식소에서 꾸준히 실행되고 있다는 사실은 이러한 영향력을 잘 설명해 주는 사례라 할 수 있다.

"위탁급식은 계약 관계에 의해서 움직이잖아요. 그러니까 그 '갑'과의 관계에서 너무 자유롭지 않은 부분이 많아서, '갑'의 의지가 굉장히 중요한 것 같아요. 지금도 음식물 쓰레기 줄이기를 잘 실천하고 있는 업장들을 보면, 다 위탁사에서 굉장히 환경적인 관심을 많이 가지고, 강하게 이끌어주는 곳이 많아요. 저희가 운영하는 측면에서 뭔가를 독단적으로 해나가기에는.....특히 환경이나 이런 부분은 뭔가 이윤을 남기려고 하는 건가 (갑으로부터) 이런 오해를 받기도 하고(중략).....환경이든 사회공헌이든 모든 기업들이 좋아하는 부분인 거니까 사실 같이 가 줄 수도 있는 부분들이긴 한데, 열심히 동참해 주는 위탁사도 있지만, 아예 강력히 못하게 하시는 데도 있고, 또 아니면 그냥 중립적으로 '그냥 한번 알아서 해봐' 이런 식. 그러니까 위탁급식업체에서는 무엇을 하든 위탁사 때문에 문제가 생겨요.(마케팅 팀장)

지난 선행연구들을 통해서(엄영람, 류은순, 2003a; 현성원, 2002), 위탁급식의 질적 수준을 유지하기 위해서는 위탁사와 위탁업체 사이에 공정하고 합리적인 계약이 체결 되어야 함이 제안된 바 있다. 그러나 위탁급식시장 내 경쟁이 치열해 지고 위탁급식에 대한 위탁사의 지식과 정보가 풍부해면서, 위탁사가 계약에 있어 보다 유리한 위치를 점하게 되었고 위탁급식업체는 운영상의 불리한 조건에도 불구하고 계약을 체결할 수밖에 없는 사례가 늘고 있는 현실이다(신장수, 2008). 엄영람 & 류은순 (2003a)의 연구에서 위탁급식업체들이 '위탁사 관리'를 급식소 운영에 있어 가장 난제 중 하나로 인식한 결과도 위와 같은 계약 관계 관리의 어려움과 중요성을 잘 뒷받침해 준다.

또한 지속가능경영의 영역은 '지속가능한 공급망 관리(Sustainable Supply

Chain Management)'라 할 만큼 기업 조직 내 경계를 뛰어넘어 공급업체로까지 확산되고 있으나, FGI 결과 참가자들은 공급업체와의 관계 관리와 위탁급식업체의 지속가능한 발전과의 연관성을 쉽게 떠올리지 못하는 경향을 보였다. 그러나 공급망 관리 실패는 기업 내적으로는 자산가치의 하락과 재무성과의 악화를 가져올 수 있으며, 기업 외적으로는 고객과 사회의 불신을 초래해 경쟁력 상실로 이어질 수 있으므로(안중호, 1996), 위탁급식업체는 공급업체와의 상생협력을 바탕으로 한 장기적인 전략관계를 구축하기 위해 노력해야 할 필요가 있다. (주)풀무원이 협력사 관계 관리활동인 PRM(Partner Relationship Management)를 통해 자사의 공급업체가 품질우선주의 원칙을 준수하도록 지원할 뿐 아니라, 필요한 기술을 공동으로 개발하는 등 상호 도움이 되는 차원에서 장기 공급 계약을 체결하고 있다는 사례는 이에 대한 좋은 본보기가 될 수 있다(풀무원, 2010).

(5) 사회 제도 및 정책적 지원의 부재

위탁급식업체 전사적으로는 지속가능한 급식의 실천에 따르는 추가 업무부담과 불편을 해소하기 위해 무엇보다도 사회 전반적인 제도 및 정책적 지원이 필요한 것으로 인식하고 있었다. 즉 사회 전반적으로 지속가능한 발전을 실현하기에는 아직 필요한 사회적 제반 여건(로컬푸드의 유통구조, 친환경 제품의 개발 등)이 충분히 갖추어지지 못했기 때문에 기업이 의지가 있어도 이를 실천에 옮기기가 현실상 쉽지 않다고 인식하고 있었다. 이는 앞선 온라인 설문조사에서 '정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재'를 지속가능한 급식의 장애요인으로 가장 높게 평가한 결과와도 일치하며, 지속가능경영원(2008)이 실시한 조사에서 기업이 지속가능경영을 실천하는데 있어 장애요인으로 '정부의 정책과 제도 미비'와 관련된 사항이 가장 많이 언급된 것과도 일치하는 결과이다.

“탄소발생량이 적은 메뉴로 구성이 될 수도 있는 것이고.....(중략) 그래서 로컬푸드를 생각을 하고, 그런 것들에 대한 것도 고민은 했었어요. 그런데 여러가지 실행하기에는 무리가 있는....우선 메뉴계획단계에서 꽉 막혔고요. 탄소발생에 대한 것으로 접근을 하다보니까. 안 비쌀 수도 있는데, 비쌀 수도 있는 상황이 만들어 지니까.....저희는 연간으로 비슷한 단가에 장기간 안정적으로 (식재료를) 수급을 하는 상황인데.....(중략) 생각보다 수급이 어렵고, 그 다음에 너무 복잡한 거죠. 오늘 (식재료를) 못 받고 이런 것들이 업무에 불편을 주니까.....비싸고 안 비싸고를 떠나서 너무 공이 많이 들어가야 될 일들이 생기고 약간 그런 것들에 대한 부담감이 있기는 해요. (메뉴 및 마케팅 팀장)”

영국, 이탈리아 등에서 지속가능한 학교 급식의 혁명을 위하여 정부기관이 나서 산지, 공급자들과 공조해 지속가능한 식품 공급사슬을 구축하여 학교 급식의 식재료 조달을 원활히 한 것과(Morgan & Sonino, 2008), 영국에서 지속가능한 외식을 실현하기 위해 ‘London Sustainable Food Hub’ 와 'Local to London Brand‘ 등 로컬 푸드의 안정적 유통시스템 구축을 위해 노력한 것은 향후 정부의 관련 지원책 마련에 있어 좋은 참고가 될 수 있을 것이다 (London Development Agency, 2005); One Planet Dining, 2007).

5) 지속가능한 급식 실천의 성과평가

FGI 참가자들은 위탁급식업체에서 이루어지는 그린/친환경 또는 지속가능한 발전을 위한 활동들이 가져 올 긍정적인 효과에 대해서는 동의하였으나, 이를 진정성이 결여된 조직 공동의 목표 달성을 위해 어쩔 수 없이 따라야 하는 ‘구색 갖추기’정도로 이해하는 경향이 짙었다.

"저희 회사가 ISO 인증을 받잖아요. 그 인증을 받으려면 세부항목 중에 환경 목표를 세워서 하는 게 있어요. 예전에는 본사의 환경목표가 매년 바뀌었는데, 이제는 고정이 되서 '무조건 잔반 20% 감량' 이게 목표인 거예요. 해마다 본사에서 목표를 주면 저희가 노력을 해서 목표달성을 위해 '잔반줄이기'를 실행하는 거죠.(영양사 C)"

"자발적이기 보다는 이제 뭐 그런 거 있잖아요. (중략) 자체적으로 전기 사용량을 정해놓고 법적으로 환경적으로 이제 나라에서 압력을 가했기 때문에 그것을 지켜야 운영을 할 수 있다는, 뭔가 외부적인 압력에 의해서 그렇게 하지 본인들이 자발적으로 '우리나라를 지켜야 돼', '지구를 지켜야 된다'고 하는 것 같지는 않아요. 그래 놓고서는 억지로 하고 있지만 그래도 하고는 있으니까 그걸 또 광고해서는 친환경이라고 생색을 내는.....(영양사 C)"

급식업체의 그린/친환경 또는 지속가능한 발전을 위한 노력이 급식소에 대한 소비자들의 인식이나 이용의도를 긍정적으로 변화시킬 수 있다는 측면에서도 영양사들은 회의적인 반응을 보였다. 즉, 영양사들은 우리 사회가 통상적으로 급식에 부여하는 문화적인 코드가 '저렴한 한 끼 식사'이기 때문에, 소비자들의 급식소 이용을 결정하는 가장 큰 요인은 가격일 것으로 예상하였다. 따라서, 이러한 노력은 시행 초기에 일시적인 효과를 기대할 수는 있으나, 장기적인 측면에서 소비자들의 급식소에 대한 인식과 이용의도에 긍정적인 효과를 미치지는 못할 것으로 평가하였으며, 지속가능한 급식이 실현된다고 할지라도 고객들이 이에 대해 추가지불의사를 보이지는 않을 것으로 예상하였다. 그동안 급식업체들이 정부와 추진해 온 '나트륨 줄이기 운동' 등 이른바 '선한 캠페인'에 대해 소비자들이 보여 준 태도와 행동 사이의 갭 역시 영양사들의 이러한 회의적인 태도를 자극하는 것으로 보였다.

"그리고 이거(그린/친환경 또는 지속가능한 발전을 위한 노력의 실천)되게 힘들잖아요, 이걸 하면은? 그리고 급식소에서 뭐 이렇게(지속가능한 급식을) 제공을 했을 때 소비자들, 어쨌든 밥 먹는 소비자들이 그거를 크게 느껴야 되는데, 사실 크게 느낄 것 같지 않아요. 사실 소비자들은 밥의 맛이나 가격 그런 게 더 크게 와 닿지.(영양사 B)

“대부분 보면 친환경이나 제철 식재료 이런 걸 써서 약간 저염으로 몸에 좋게 이렇게 하잖아요. 그럼 처음에는 ‘몸에 좋대’라고 하지만 대부분 직장 다니는 분들은 다들 자극적인 음식이나 그런 걸 많이 찾으시니까, 나중에는 다 그렇게 되시지 않을까. 그냥 일부러는 안와도 와서 먹었을 때 ‘어 이게 환경에 좋대’, ‘뭐에 좋대’ 이러면 되게 뿌듯 해는 하실 것 같은데 그걸로 인해서 일부러 올 것 같지는 않아요.(영양사 C)

“같은 재료를 사용해서 만드는데도 ‘급식’이라고 하면 반드시 싸야 한다고 생각하세요. 고객들은.....(지속가능한 발전을 위한 노력으로) 가격이 오른다면 절대 이용하지 않을 것 같아요.(전략팀원 C)”

또한 영양사들은 지속가능한 급식을 위한 노력을 효과적으로 실천하기 위해서는 무조건적으로 이를 적용하기 보다는 급식소를 이용하는 소비자별 특성을 고려해 단계적으로 적용하는 것이 중요하다는 의견을 보였다.

“공장같은 경우는 설득력이 떨어지죠. 배고프니까 (짧은 시간에) 밥은 먹어야 되는데 염도가 어떻고 나트륨이 어떻고 그분들은 안 들려요..... 관심이 있어야 이게 시행이 되는데....(반면) 학교나 시내에 위치한 회사에서는 건강에 관심도 많고.....(영양사 F)”

특히 본 연구 1의 결과 소비자들의 건강한 또는 친환경적인 식생활 실천 수준은 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식은 물론 이용의도와 추가지불의사에까지 유의적인 영향을 미치는 것으로 확인됨에 따라, 건강과 환경에 보다 관심이 높은 소비자들이 이용하는 급식소를 중심으로 지속가능한 급식을 우선적으로 적용하고 이후 여타의 급식소 등으로 확대 실시하는 것을 고려해 볼 수 있겠다.

직원들의 건강을 고려한 식단이라는 작은 시작이 일본 내 산업체 급식에 대한 큰 관심을 불러일으키고, ‘저렴하고 맛 없는 한 끼 식사’라는 산업체 급식에 대한 기존의 고정관념을 변화시킨 ‘타니타 직원 식당(SBS, 2012)’의 사례에

서 볼 수 있듯이, 고객의 니즈를 정확히 반영한 급식은 급식 수혜자는 물론 일반 소비자들의 인식과 행동을 변화시킬 수 있으며 급식업체 조직 전체에 긍정적인 효과를 가져 올 것으로 기대된다.

제 4절. 요약 및 결론

본 연구는 양적 연구와 질적 연구를 순차적으로 통합하는 연구방식을 이용하여 지속가능한 급식에 대한 위탁급식업체 'A'사의 사례를 조사하였다. 양적 연구를 위해서는 온라인 설문조사를 통하여 위탁급식 사례업체에서 근무하는 총 230명의 영양사로부터 응답을 수집하였고, 이 중 부실 응답을 제외한 총 202개의 설문 결과만을 분석에 사용하였다. 설문에 참여한 영양사는 20~30대의 여성이었으며, 영양사로서의 경력이 5년 이하인 집단과 5년을 초과하는 집단의 비율이 거의 반반씩을 차지하였다. 또한 대부분이 공장과 오피스의 급식소에 속하였으며, 생산식수가 500식 미만과 500식을 초과하는 급식소도 거의 반반씩을 차지하였다. 질적 연구를 위해서는 위탁급식 사례업체의 메뉴 및 마케팅팀에 근무하는 6명의 전·현직 영양사들과 해당팀 팀장, 전략팀 팀원을 대상으로 표적집단면접(FGI)와 일대일 심층면접을 실시하였으며, 양적 연구의 결과를 재확인하고 추가적 함의를 발견하는 것을 목적으로 하였다. 주요 연구 결과는 다음과 같다.

1) 급식에 있어 그린 또는 친환경과 관련하여 지속가능성의 개념을 그린 또는 친환경성과 '동일한 개념'과 이보다 '광의의 개념'이라고 답한 응답자의 비율이 각각 30%와 25%로 나타났고, 그 밖의 의견이 45%를 차지하였다. 면접조사결과, 영양사들이 지속가능성/지속가능한 발전이란 용어의 개념에는 익숙하지 않은 것으로 보였으나, 대다수가 그린/친환경의 연장선상에서 지속가능한 이슈와 관련된 활동들을 이미 현장에서 실천한 경험이 있으며 그 내용에 대해서는 이해하고 있는 것으로 확인되었다. 다만, 영양사들은 이러한 스스로의 활동들이 위탁급식업체의 지속가능한 발전과 연관되어 있음을 자각하지 못하고 있었다.

2) 지속가능한 급식에 대한 영양사의 의식수준과 필요성을 7점 척도로 측정한 결과, 평균은 각각 4.61과 5.67로 나타났다. 영양사들의 이러한 의식수준과 필요성은 영양사들의 모든 일반적인 특성에 따라 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 동일 위탁급식업체에 소속된 결과일 수도 있겠으나, 이를 통해 설문조사에 참여한 영양사들이 매우 동질적인 집단임을 확인할 수 있었다.

3) 위탁급식업체가 현재 그린/친환경 또는 지속가능한 발전을 위해 실천하고 있는 대부분의 활동들은 녹색경영이나 지속가능경영 등 전사적인 방침 아래 통합적으로 추진되고 있는 것이 아니라, 현실적인 필요에 따라 단기간에 가시적인 성과를 이룰 수 있는 활동들을 중심으로 단편적으로 진행되고 있었다(예: 음식물 쓰레기 줄이기, 친환경 식재료사용 등). 또한 이러한 활동들은 진정성이 결여된 조직 공동의 목표 달성을 위해 어쩔 수 없이 수행해야 하는 '구색 갖추기'정도로 이해하는 경향이 짙었다.

4) 지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도에 대한 5개 문항을 7점 척도로 측정한 평균 범위는 4.33~5.23이었다. 이 중 단순한 실천의도(5.23)의 평균이 가장 높았으며, 그 다음으로는 급식소 비용의 증가(4.66), 운영 상 불편(4.53)등 기업부담을 극복하고자 하는 실천의도와 추가 작업시간(4.38), 작업량4.33) 등 개인부담을 극복하고자 하는 실천의도의 순으로 조사되었다.

5) 영양사들은 급식이 경제에 미치는 영향력을 가장 크게 인식하고 있었으며, 급식에 있어 그린/친환경 또는 지속가능한 발전을 위한 활동들을 실천에 옮김에 있어서도 경제적인 동인을 가장 큰 요인으로 꼽았다. 반면, 영양사로의 직무가 사회 및 환경에 미치는 영향에 대한 인식은 대부분 결여되어 있었다.

6) 지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도를 높이기 위해서는 이의 목적 및 배경에 대한 충분한 지식과 정보를 공유하고, 현장에서 쉽게 적용할 수 있도록 세부 실천지침을 구체화해야 할 필요성이 있는 것으로 조사되었다. 또한 이러한 영양사들의 실천의도에 가장 큰 영향을 미치는 것은 조직 내 동료와

상사의 의견으로, 이는 곧 '나도 할 수 있다'는 행동 통제 능력에 반영되는 것으로 나타났다.

7) 영양사들은 지속가능한 급식을 실현하는데 있어 '정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재', '소비자의 인식 부족'의 문제를 상대적으로 큰 장애요인으로 인식하고 있었다. 면접조사에서는 영양사들이 비용 및 업무에 따르는 추가부담을 가장 큰 장애 요인으로 인식하고 있는 것으로 보였다. 현행 급식가격을 4,000원으로 가정한 경우, 대부분의 영양사들이(88%) 급식의 평균 적정가격으로 현행가격보다 약 32% 높은 5,270원을 예상한 결과도 이와 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 위탁급식업체 전사적으로 볼 때는, 기업이 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 의지가 있어도 이를 뒷받침하는 제반 여건(로컬푸드의 유통구조, 친환경 제품의 개발 등)이 미흡한 것으로 인식되고 있었다. 또한 '윤리적 소비' 등 착한 소비에 있어 소비자의 태도와 실제 행동사이의 갭 역시 이러한 발전을 더디게 하는 원인으로 지적되어 온라인 설문조사와 유사한 결과를 보였다.

8) 위탁급식업체는 향후 지속가능한 급식을 위한 실천의 필요성을 느끼고 있었으나, 이를 전사적인 경영방침으로 도입하는 것에는 아직 소극적이었다. 또한 이러한 필요성이 실제 경영방침에 반영되고 성공적인 성과를 이끌어내기 위해서는 위탁급식업체의 단순한 노력뿐만이 아니라, 소비자와 위탁사 등 관련 이해관계자들의 긴밀한 이해와 협조가 요구됨을 강조하였다.

본 연구결과, 위탁급식 사례업체의 영양사들은 지속가능한 급식의 실천내용을 이해하고 그 필요성은 인식하고 있으나, 급식에 있어 지속가능성/지속가능한 발전이란 용어의 개념적 이해는 부족한 것으로 나타났다. 또한 영양사들은 급식의 경제적 측면에서의 영향력은 크게 인식하고 있었으나, 사회 또는 환경적 측면에서의 영향력은 자각하지 못하는 경향을 보여, 영양사를 대상으로 한

관련 교육 및 정보 제공을 위한 방안이 시급히 마련되어야 할 것으로 보였다.

영양사들은 지속가능한 급식을 위한 노력을 실천하는 데 있어서도 비용과 관련된 경제적인 동인을 가장 크게 평가하고 있었으며, 이러한 비용상의 문제는 지속가능한 급식의 실천이 초래할 수도 있는 개인적인 추가 업무 부담과 더불어 영양사들의 실천의도를 저해할 가능성이 높은 것으로 예상되었다. 이는 '지속가능한 급식을 위한 실천'이라는 윤리적인 행동도 조직 내에서 수행해야 할 직무로 인식되는 한, 기업 또는 개인의 추가 부담과 같은 현실적인 문제를 극복하기 어렵다는 사실을 잘 설명해 준다. 실제로 대부분의 영양사가 지속가능한 급식에 대한 적정가격은 제시된 현행가격보다 높아야 한다고 인식하였으며, 조사된 평균적정가격(5,270원)도 연구 1에서 나타난 소비자의 추가 지불의사금액(4,820원)보다 약 9.3%(450원)가 더 높게 나타나 비용문제에 보다 민감함을 나타냈다. 따라서 지속가능한 급식에 대한 영양사 실천의도를 제고하기 위해서는 무엇보다도 위탁급식업체 전사적으로 영양사들의 해당 역할 수행을 비용 및 제도적으로 지원하고 이를 높게 평가하는 내부 정책이 시급히 마련되어야 할 것이다.

또한 지역단위의 급식소들을 중심으로 형성된 위탁급식업체의 분권적 조직 형태로 인하여, 각각의 급식소가 속해 있는 관할구역의 지사장 및 소장 등 상사나 동료의 의견은 지속가능한 급식에 대한 영양사의 실천의도에 강한 영향을 미칠 수 있는 것으로 파악되었다. 따라서 이러한 준거집단의 영향력을 활용하기 위해서는 위탁급식업체 조직 내 수평적 소통체계와 수직적 명령체계를 통하여 지속가능한 급식을 위한 구체적인 실천 내용과 방법이 효과적으로 전달될 수 있도록 노력해야 할 것이다.

현재 위탁급식업체들이 지속가능한 급식의 맥락에서 추진하고 있는 실천 활동들은 단기적인 관점에서 가시적인 성과를 거둘 수 있는 것들로 일종의 홍보성 '구색 갖추기' 정도로 인식되고 있었다. 지속가능경영에 대한 기업의 투자

는 장기적인 관점에서 조직에 긍정적인 영향을 가져오는 것으로 평가되고 있다. 따라서 향후 위탁급식업체 전사적으로도 이러한 실천 활동들이 녹색경영/지속가능경영의 기치 아래 통합적이고 체계적으로 추진될 수 있도록 변화해야 할 것이다. 또한 지속가능한 급식이 성공적으로 실천되기 위해서는 위탁급식업체의 주도적인 역할뿐 아니라 소비자와 위탁사, 공급업체 등 관련 이해관계자들과의 긴밀한 이해와 협조가 요구됨이 강조됨에 따라, 지속가능한 급식에 대한 소비자와의 공감대를 형성하고 위탁사의 참여와 협력을 도모하며 공급업체와의 상생 협력관계를 구축하는 등 이들과의 전략적 관계 구축이 요구된다.

제 5장. 종합고찰 및 제언

제 1절. 종합고찰 및 결론

본 연구는 소비자와 공급자 관점에서 접근한 지속가능한 급식에 대한 연구로서 첫째, 산업체 급식을 이용하는 소비자를 대상으로 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 행동의도를 파악하고 둘째, 공급자인 위탁급식업체를 대상으로 지속가능한 급식에 대한 사례를 조사하고자 하였다.

본 연구결과 급식에 있어 소비자와 영양사 모두 그린 또는 친환경과 관련하여 지속가능성의 개념에 혼돈을 겪고 있는 것으로 보였다. 이는 응답자들의 답변이 급식에 있어 지속가능성의 개념에 대한 인식을 묻는 문항의 4개의 답 가지로 거의 고르게 분산되는 것으로 유추해 볼 수 있다. 근소한 차이지만 소비자와 영양사 집단 모두에서 '지속가능성은 그린/친환경과 동일한 개념이다'로 인식하는 비율이 상대적으로 가장 높게 나타났다. 이는 외식에 있어 지속가능성의 개념이 여전히 그린과 혼용되고 있으며, 그린은 지속가능성에 대한 편의상의 약어처럼 사용되고 있음을 보고한 선행연구의 결과(Sustain, 2010)를 잘 뒷받침해 준다.

영국의 SRA(2010)와 Sustain(2010)은 그린은 지속가능성에 긍정적인 기여를 할 수 있도록 설계된 제품과 서비스를 의미하며, 따라서 식품 혹은 외식에 있어 지속가능성은 그린보다 광의의 개념(Beyond Being Green)임을 명시하였다. 그러나 본 연구결과 SRA(2010)와 Sustain(2010)가 정의한대로 지속가능성을 그린/친환경보다 '광의의 개념'으로 인식한 비율은 소비자와 영양사 두 집단 모두에서 각각 약 28%, 25%에 그쳤다. 영양사를 대상으로 한 표적집단면접(FGI) 결과, 이러한 혼돈은 영양사들이 지속가능성이란 용어에 아직 익숙하

지 않기 때문인 것으로 나타났으나, 반면 그 세부 실천 내용에 대해서는 충분한 이해를 가지고 있는 것으로 확인되었다. 그러나 여전히 이는 소비자와 영양사 집단을 대상으로 지속가능성에 대한 올바른 개념적 이해를 돕기 위한 교육 및 홍보 등의 방안이 마련될 필요가 있음을 시사해 준다.

소비자와 영양사 집단 모두가 급식에 있어 지속가능성의 개념에 대해 낯선 반응을 보인데 비해, 지속가능한 급식에 대한 이들의 의식수준과 필요성은 비교적 높게 나타났다. 이는 2008년 지속가능경영원에서 실시한 조사에서 지속가능한 발전에 대한 국민들의 일반적 의식 수준이 2006년 38.7%에서 2008년 65.8%로 크게 성장한 것으로 나타난 결과와 유사한 맥락에서 이해할 수 있다. 소비자 집단의 경우, 지속가능한 급식에 대한 의식수준은 이들의 모든 인구통계학적 그리고 식생활 관련 특성에 따라 유의적인 차이를 보였으며, 지속가능한 급식에 대한 필요성은 식생활 관련 특성에 의해서만 유의적인 차이를 나타냈다. 반면 영양사 집단의 경우, 지속가능한 급식에 대한 의식수준과 필요성은 이들의 일반적 특성에 따라 어떠한 유의적인 차이도 보이지 않아, 영양사 집단이 매우 동질적인 집단임을 시사하였다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도의 경우, 단순 혹은 계속적 이용의도에 비하여 가격인상의 극복의지를 포함한 이용의도는 상대적으로 낮게 평가되어 가격에 민감한 급식 소비자의 특성을 엿볼 수 있었다. 그러나 이러한 이용의도는 건강한 또는 친환경적인 식생활을 실천하는 소비자 집단에서 공통적으로 높게 나타나는 경향을 보였다.

그린/친환경 또는 지속가능한 식품/외식과 관련하여 소비자의 인식과 행동을 조사한 선행연구들은 소비자들의 이러한 인식과 행동을 결정짓는 인구통계학적 요인들의 유의성에 대해 서로 상반된 결과들을 보여 왔으며(Han 등, 2011; Vermeir & Verbeke 2006), 그 영향력도 사회·심리학적 요인들에 비해 크지 않음을 지적한 바 있다(Robison & Smith, 2002). 본 연구결과 역시 지속

가능한 급식에 대한 소비자 인식과 의용의도에 미치는 인구통계학적 요인들의 영향은 선행연구의 결과와 부분적으로만 일치할 뿐이고, 그 영향력 또한 식생활 관련 요인들에 비해 크지 않은 것으로 나타났다. 따라서 급식에 있어서도 그린/친환경 또는 지속가능성의 이슈를 논함에 있어, 인구통계학적 요인들의 영향력을 일반화하는 것은 다소 무리가 있을 것으로 사료된다.

반면 소비자의 식생활 관련 특성은 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 이용의도 전반에 걸쳐 일관성 있는 영향을 미치는 것으로 나타나 주의가 요구된다. 특히 소비자의 건강한 식생활 또는 친환경 식생활의 실천수준이 높을수록 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 이용의도가 전반적으로 개선되는 것으로 나타난 본 연구결과는, 소비자의 건강하고 친환경적인 식생활을 장려하는 것 자체가 지속가능한 급식의 활성화를 위한 호의적인 환경을 조성하는데 기여할 수 있다는 사실을 시사해 준다.

또한 본 연구결과 급식 소비자의 과반수 이상인 66%가 지속가능한 급식에 대해 평균 820원, 즉 본 연구에서 제시된 급식의 기준가격(4,000원)의 약 21%에 달하는 금액에 대한 추가지불의사를 보였다. 이는 지속가능한 급식의 이용과 같은 '윤리적 소비'에 있어 소비자의 태도와 실제 행동사이의 갭이 좁혀지고 있다는 지난 선행연구들의 결과를 지지하는 것으로(Mintel, 2006; Neff & Thompson, 2007; 유소이 & 윤하영, 2009), 국내에서도 지속가능한 급식을 활성화할 수 있는 기반이 어느 정도 형성되어 있음을 시사해 준다. 또한 남성이고 친환경 식생활의 실천정도가 높은 소비자일수록 이러한 추가지불의사를 나타낼 가능성이 높은 경향을 보였는데, 이는 본 연구 참여자 중 남성이 월등히 많을 뿐 아니라 경제활동 참여율이 높은 남성들의 산업체 급식 의존도가 보다 높을 수 있기 때문인 것으로 짐작되며, 친환경 식생활에 대한 소비자들의 관심과 태도가 가격이라는 장애요소를 넘어 지속가능한 급식의 지불의사에도 적극 반영될 수 있음을 보여주는 결과라 할 수 있겠다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 사회·심리학적 요인으로서 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 등의 영향을 알아보기 위하여 Ajzen(1991)의 계획행동이론을 바탕으로 한 구조모형분석을 실시한 결과, 소비자 이용의도를 설명하는 가장 적합한 모형은 수정된 계획행동이론의 확장모형으로 확인되었다. 구조모형분석 결과 새롭게 발견된 경로는 주관적 규범과 지각된 행동통제의 두 요인을 잇는 경로로, 이는 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 사회적 압력이 소비자 스스로 지속가능한 급식의 이용을 선택 및 결정할 수 있다는 지각된 행동 통제력에 영향을 주고 있음을 설명해 준다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도에 미치는 선행요인의 영향력은 윤리적 규범이 가장 크게 나타났고, 그 다음으로는 주관적 규범, 태도, 지각된 행동통제의 순으로 확인되었다. 지속가능한 급식의 이용과 같은 '윤리적 소비'를 진작시키는 데 있어 소비자 개인의 윤리적 규범과 같은 도덕적 동기가 점차 중요해지고 있다는 사실은 그간의 선행연구에서도 잘 입증되어 온 결과이다(De Pelsmacker & Janssens, 2007; De Pelsmacker 등, 2006; Süle, 2012). Sunderer & Rössel (2012)은 공정거래 식품의 구매를 설명한 연구를 통하여 윤리적 소비에 있어 도덕적 동기는 경제적 동기보다 더욱 중요하게 작용하며, 도덕적 동기 중에서도 특히 개인의 윤리적 규범의 영향력이 가장 강력할 수 있음을 설명한 바 있다.

주관적 규범 역시 소비자의 이용의도에 크게 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 지속가능한 급식의 이용과 같은 윤리적 행동을 결정짓는데 있어 주관적 규범의 중요성은 그 간의 선행연구에서도 강조되어 왔다. Vermeir & Verbeke (2006)은 지속가능하고 윤리적인 식품 소비에 있어 주관적 규범, 즉 자신이 중요하게 여기는 준거집단의 사회적 영향력은 소비자의 태도가 부정적인 경우라 할지라도 지속가능한 식품의 구매의도를 자극할 수 있을 만큼 그

영향력이 크다고 하였다. 이는 식품을 포함한 지속가능한 제품의 소비는 제품에 대한 신뢰를 근거로 한 경우가 많으므로, 지속가능한 식품 소비에 대한 정보가 너무 적거나 또는 너무 많고 복잡해도 소비자들은 지속가능한 소비에 대한 불확실성에 직면하게 되고, 이러한 상황의 경우 최선의 의사 결정을 위한 기준으로서 준거집단의 의견에 의지하려는 경향으로 설명될 수 있다(Vermeir & Verbeke, 2006).

또한 주관적 규범은 지각된 행동통제를 매개로 소비자 이용의도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Bamberg & Schmidt(2003) 주관적 규범과 행동의도와의 관계에 있어 이러한 지각된 행동통제의 매개효과를 소비자들이 준거집단의 압력을 일종의 사회적 정보처럼 사용한 경우로 설명하였다. 즉 지속가능한 급식의 이용을 준거집단이 어떻게 받아들이고 있는지에 대한 정보로서, 지속가능한 급식을 이용하는데 따르는 난이(難易)의 기준으로 이해하는 경우이다.

지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도는 인구통계학적 특성이 아닌, 이들의 식생활 관련 특성, 즉 건강한 식생활 또는 친환경 식생활의 실천수준에 따라서만 일부 경로에서 조절효과가 확인되었다. 즉 건강한 식생활을 보다 활발히 실천하고 있는 소비자의 경우 스스로 지속가능한 급식의 이용을 결정할 수 있다는 통제 능력을 강하게 느낄수록, 친환경 식생활을 보다 활발히 실천하고 있는 소비자의 경우 지속가능한 급식의 이용에 대한 준거집단의 사회적 영향력을 높게 인식할수록 이에 대한 이용의도가 더욱 커지는 경향을 보였다. 이는 소비자 인식의 조사결과에서와 같이, 오늘날 지속가능한 소비 행동은 인구통계학적 변수만으로는 더 이상 충분한 설명이 불가능하며, 이들의 개인적 성향과 식생활 관련 라이프 스타일 등을 추가로 고려해야 함을 강조한 지난 선행연구들의 결과를 잘 뒷받침해 준다(Dianmantopoulos 등, 2003; Roberts, 1995; Verain 등, 2012).

위탁급식업체 'A'사를 대상으로 지속가능한 급식에 대한 사례를 조사한 결과, 현재 해당 업체는 지속가능한 급식의 맥락에서 이해할 수 있는 활동들을 일부 실천하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 이는 녹색경영/지속가능경영 등의 기치 아래 통합적이고 체계적으로 추진되고 있는 것이 아니라, 단기적인 관점에서 가시적인 성과를 거둘 수 있는 단편적인 활동들에 집중되어 있었고, 내부적으로도 일종의 홍보성 '구색 갖추기' 정도로 인식되고 있었다. 지속가능경영원(2008)이 실시한 기업의 지속가능발전 기여도에 대한 사회인식 조사 연구에서 기업의 지속가능경영 추진의 가장 큰 동기가 '이윤 창출'이란 경제적 측면에서 인식된 것처럼, 위탁급식 사례업체가 추진하고 있는 이러한 활동들의 배경에는 비용 등 경제적인 동인이 크게 작용하고 있었으며, 사회, 환경적 동인의 영향은 미미했다.

동료나 상사 등 준거집단의 압력은 위탁급식업체 조직 내 소통채널 및 명령체계를 통하여 영양사의 실천의도에 강한 영향을 미칠 수 있는 것으로 나타났다. 또한 이러한 준거집단의 압력은 '(나도) 할 수 있다' 의 지각된 행동 통제력을 넘어 '(나도) 해야 한다'는 실천의도를 간접적으로 자극하는 것으로 보였다. 이는 현재 대규모의 위탁급식업체들이 지리적으로 산재해 있는 많은 수의 급식소를 효율적으로 관리하기 위하여 지역 단위의 급식소를 소장과 지사장이 본사로부터 독립적으로 관리 및 평가하게 하고, 각 급식소의 관리자인 영양사에게 권한을 위임하는 분권적 경영방식을 취하고 있는 것으로부터 일부 설명이 가능하다.

따라서 이러한 준거집단의 영향력을 활용하기 위해서는 위탁급식업체 조직 내 수평적 소통체계와 수직적 명령체계를 통하여 지속가능한 급식을 위한 구체적인 실천 내용과 방법이 효과적으로 전달될 수 있도록 노력할 필요가 있다. 또한 윤리적 행동은 이러한 행동이 미치는 경제적, 사회적, 환경적 영향력에 대한 이해와 의식을 바탕으로 할 경우 더욱 효과적일 수 있다는 Verbeke

(2005)의 연구가 시사하는 바처럼, 준거집단의 압력이 단순한 업무 지시나 명령에 그치지 않고 영양사들의 근본적인 인식 변화에 따른 실천의도를 자극하기 위해서는, 우선 지속가능한 급식에 대한 충분한 지식과 정보를 영양사들과 공유해야 할 것으로 사료된다.

지속가능한 급식을 위한 영양사 실천의도는 이로 인해 발생할 수도 있는 급식소 비용의 증가나 운영 상 불편, 작업시간 및 작업량의 부담 등 현실적인 문제로 인해 제약을 받는 것으로 나타났다. 이는 '지속가능한 급식을 위한 실천'이라는 선한 행동도 조직 내에서 수행해야 할 직무로 인식되는 한, 개인이 이에 대해 갖는 '도덕적 가치 판단'이나 '호불호'의 태도는 직무의 실천여부에 영향을 미치지 않을 수 있다는 사실을 설명해 준다.

실제로 급식의 현행가격을 4,000원으로 가정 시, 영양사들이 인식한 지속가능한 급식의 평균 적정가격은 5,270원으로 소비자들이 추가지불의사를 보인 평균 금액(4,820원)보다 약 9.3%(450원)가 높았다. 이러한 결과는 공급자로서 위탁급식업체에 속한 영양사들이 향후 지속가능한 급식의 실천이 조직에 미칠 수 있는 비용의 증가에 따른 경제적 부담을 더욱 높게 평가하고 있음을 짐작케 한다. 따라서 위탁급식업체는 지속가능한 급식의 실천을 위해 소요되는 비용을 장기적인 투자의 관점에서 이해하고, 해당 비용을 각 급식소에 전가하기보다는 본사에서 일괄적으로 지원하며, 영양사들이 업무의 일부로 이를 실천한 것에 대해 정당한 평가와 보상을 받을 수 있는 체제를 마련함으로써, 이의 전사적 실천에 대한 당위성을 확보해야 할 것으로 보인다.

또한 지속가능한 급식의 장애요인으로 영양사는 소비자의 인식부족을 소비자는 급식업체의 노력부족을 높게 평가한 것으로 나타난 본 연구결과는 One Planet Dining (2007)이 지적한 것처럼, 급식을 포함한 외식산업에 있어 공급자와 소비자 사이에 지속가능한 이슈에 대한 커뮤니케이션이 결여되어 있음을 시사한다. 영양사들이 지속가능한 급식에 대한 소비자 인식과 행동 사이의 갭

을 예상하고 지속가능한 급식의 성과를 회의적으로 평가한 것도 이와 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 특히 우리 사회에 편재하는 '저렴하게 한 끼 때우기'라는 급식의 '컬처 코드(Culture Code)'는 이러한 갭의 주 원인으로 이해되고 있는 바, 향후 지속가능한 급식에 대한 소비자와의 커뮤니케이션 전략을 수립함에 있어 급식이란 '저렴한 연료'가 아닌 '가치있는 식사'임을 강조해야 할 것이며, 지속가능한 급식을 이용하는 스스로의 노력을 통해 경제, 사회, 환경에 기여할 수 있다는 믿음을 심어 줄 수 있도록 계획해야 할 것이다.

위탁급식업체는 급식산업 내 지속가능한 급식의 실현을 주도하는 핵심주체로서의 역할을 수행할 것으로 기대되나, 여러 선행연구에서 강조된 것처럼(조동성 & 산업정책 연구원 지속경영본부, 2007; 진윤정 & 안윤기, 2007; 이기훈, 2006), 이는 위탁급식업체의 노력 뿐 아니라 급식산업 내 공급사슬을 구성하는 다양한 이해관계자 즉, 소비자와 위탁사 및 공급업체 등의 참여와 협조가 있어야 가능한 일이다. 특히 계약에 의거한 위탁사와의 관계관리가 지속가능한 급식의 실천에 미치는 영향력은 LG전자의 '에코 밥상' 제공 사례가 시사하는 바처럼, 이의 실천 가능여부 및 성공여부를 결정할 만큼 매우 중요하다 할 수 있다.

따라서 지속가능한 급식은 '조직의 목적 달성을 지원하기 위한 부가 서비스의 일부로 제공되는 식사 또는 서비스'라는 급식 본연의 목적(윤지현, 2012)에 부합될 뿐 아니라 이의 실현을 통하여 경제, 사회, 환경에 기여할 수 있음을 호소함으로써, 위탁사의 참여와 협력을 도모함은 물론 지속가능한 급식에 대한 소비자와의 공감대를 형성하고, 공급업체와의 상생 협력관계를 구축하는 등 지속가능한 급식을 둘러싼 주요 이해관계자들과의 전략적 관계 구축이 요구된다.

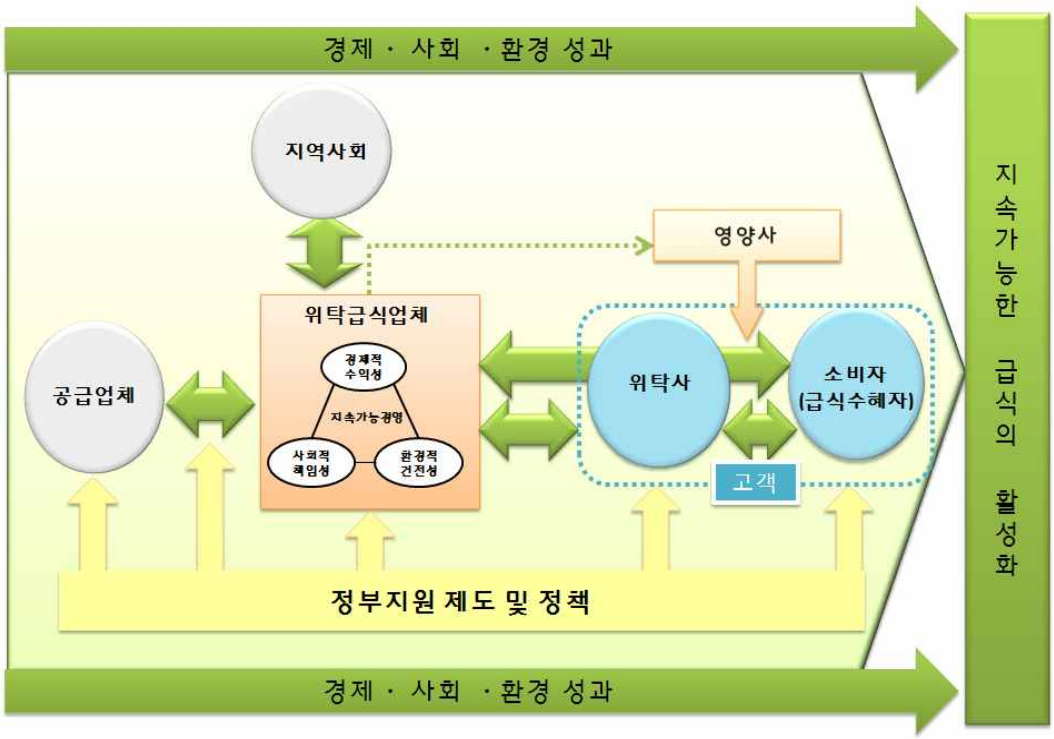
본 연구는 소비자와 공급자의 관점에서 지속가능한 급식을 연구함에 있어 급식 소비자의 실제 행동이 아닌 행동의도를 바탕으로 하였고, 위탁급식업체

한 개사의 사례만을 연구대상에 포함하였다는 한계를 지닌다. 그러나 이는 광의의 그린/친환경 급식으로서의 지속가능한 급식을 주제로 한 국내 최초의 연구로서, 국내에서의 지속가능한 급식의 현황과 향후 활성화 방안에 대한 관심을 불러일으킨 데에 그 의의가 있다. 본 연구결과는 관련 후속연구는 물론, 향후 국내에서 지속가능한 급식을 활성화하기 위한 소비자와 공급자 측면에서의 전략적 방안을 모색하는데 의미있는 기초자료를 제공할 것이다.

제 2절. 제언

1. 지속가능한 급식의 활성화를 위한 제언

향후 지속가능한 급식의 활성화를 주도적으로 추진할 핵심주체는 소비자와 공급업체 사이에서 전략적 위치를 점하고 있는 위탁급식업체로 기대된다. 본 연구결과를 바탕으로 위탁급식업체가 지속가능한 급식의 활성화를 추진하는데 있어 고려해야 할 내부 및 외부 환경을 도식화하면 <그림 17>와 같다. 본 틀에 맞추어 향후 국내에서 지속가능한 급식을 활성화하기 위한 방안을 크게 위탁급식업체 측면(위탁급식업체, 영양사), 고객 측면(위탁사, 소비자: 급식수혜자), 기타 이해관계자 측면(공급업체, 지역사회)으로 나누어 보면 다음과 같다.



<그림 17> 지속가능한 급식의 활성화를 위해 고려해야 할 위탁급식업체의 내부 및 외부 환경

1) 위탁급식업체 측면

위탁급식업체의 측면에서 볼 때 첫째, 무엇보다도 중요한 것은 지속가능경영활동의 전사적 체화라 할 수 있다. 본 연구결과 위탁급식 사례업체의 경우 경제적, 사회적, 환경적 측면에서 지속가능경영 활동들을 추진하고 있으나, 이 활동들을 통합해 주는 구심적 역할을 하는 조직의 미션과 비전이 부재한 실정이었다. 이에 따라 대부분의 활동들이 지속성과 일관성이 결여된 채, 한시적이고 단편적으로 추진될 뿐 아니라, 조직 내부 고객들로부터도 홍보성 '구색갖추기'이란 회의적인 평가를 받으며 이들의 적극적인 관심과 호응을 얻지 못하고 있는 것을 알 수 있었다. 따라서 지속가능한 급식의 맥락에서 실천되고 있는 위탁급식업체의 활동들이 그 진정한 가치를 인정받고 기대이상의 효과를 창출하기 위해서는 보다 조직적인 차원에서의 통합적인 노력이 요구된다.

현재 위탁급식사업에 진출해 있는 대기업 중 지속가능경영보고서를 정기적으로 발간하고 있는 곳은 (주)풀무원과 (주)CJ 뿐이다(지속가능경영원, 2012). 그러나 이 두 기업 역시 급식사업에 특화된 보고서라기보다는 그룹 전사적 차원에서의 지속가능경영보고서를 발간하고 있다. 지속가능경영은 더 이상 기업에게 부과되는 형식적인 의무나 규제가 아닌 기업의 경쟁역량을 강화하기 위한 경영 비전과 전략으로 편입되고 있으며, 지속가능경영의 성과를 다룬 많은 선행연구들의 결과가 이를 뒷받침하고 있다(박종철 등, 2010; 박종철 & 이광현, 2009; 윤승환, 2009; 정영모, 2007).

둘째, 지속가능한 급식의 활성화를 추진하는 데 있어 핵심인력이라 할 수 있는 급식관리자로서의 영양사 역할을 적극 활용할 수 있는 방안이 마련되어야 할 것이다. 지속가능성과 관련된 이슈들은 인류의 영양 및 건강과 밀접한 관계가 있으므로 영양 전문가들은 이와 같은 이슈들을 적극적으로 수용하고 전파해야 한다는 주장은 지난 선행연구들의 결과를 통해서 보고된 바 있다(Carbonara, 2007; Clancy. 1999; Harmon 등, 2011). 특히 급식소 내 영양사들

은 지속가능한 급식에 대한 소비자들의 니즈를 파악하고 이를 위탁급식업체에 전달하는 한편, 지속가능한 급식을 실현하기 위한 위탁급식업체의 노력을 소비자에게 대변하는 등 위탁급식업체와 소비자 사이의 커뮤니케이션에 있어 중요한 연계 역할을 수행함으로써, 지속가능한 급식의 활성화에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 본 연구결과 소비자들의 건강하고 친환경적인 식생활 조성은 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 이용의도에 긍정적인 영향을 미침이 확인되었다. 따라서 영양사들은 신뢰할 수 있는 전문가로서 급식 소비자들 사이에 건강하고 친환경적인 식생활의 실천을 장려함으로써, 지속가능한 급식에 대한 이들의 인식과 이용의도를 개선하고 궁극적으로는 지속가능한 급식을 활성화하는데 견인차 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

현재 위탁급식업체 영양사들의 업적평가는 급식소의 수익성 등 재무적인 성과로만 평가되며, 더욱이 지속가능한 급식을 위한 실천에 따르는 비용도 본사의 지원 없이 급식소 자체 비용으로만 정산이 되는 실정이다. 이러한 현실에서 지속가능한 급식의 활성화를 위한 영양사들의 자발적인 역할 수행을 기대하기 어려운 것은 명약관화한 일이다. 따라서 영양사들의 적극적인 역할을 기대하기 위해서는 위탁급식업체 전사적으로도 영양사들의 해당 역할 수행을 지원하고 이를 높이 평가하는 정책이 시급히 마련되어야 할 것이다.

셋째, 지속가능한 급식과 관련된 지침들이 구체적인 실천 활동으로 제시된 가이드라인이나 기준이 마련되어야 할 것이다. 이는 본 연구결과에서도 지속가능한 급식을 위한 영양사들의 실천의도를 제고하기 위해 그 필요성이 확인되었으며, 미국이나 영국의 관련 단체들이 추진하고 있는 여러 사례에서 (IFMA Foundation, 2009; GRA, 2009; GS, 2009; SRA, 2010; Sustain, 2010) 볼 수 있듯이, 이러한 가이드라인과 기준은 지속가능성의 측면에서 위탁급식업체의 수준을 평가하고 향후 개선 방향을 모색하는 데 중요한 자료로 활용될 수 있을 것이다.

2) 소비자 측면

소비자 측면에서 볼 때 첫째, 지속가능한 급식에 대한 소비자의 바른 인식 제고 및 공감대 형성을 위한 커뮤니케이션 활성화 방안이 마련되어야 할 것이다. 지속가능한 급식의 장애요인으로 소비자는 급식업체의 노력부족을 영양사는 소비자의 인식부족을 높게 평가했다는 본 연구결과는 급식의 공급자와 소비자 사이에 이러한 공감대의 확보가 시급함을 말해준다. 영국의 SRA가 소비자 캠페인을 통하여 식품에 있어 지속가능한 이슈에 대해 대중과의 활발한 교감을 시도하고 있는 예는 이에 대한 좋은 본보기가 된다(SRA, 2010). 특히 본 연구결과 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도는 개인의 윤리적 규범과 준거집단의 영향력을 의미하는 주관적 규범 등 도덕적 동기에 의해 가장 큰 영향을 받는 것으로 나타났다. 따라서 지속가능한 급식에 대한 소비자 이용의도를 제고하기 위한 커뮤니케이션 전략 수립에 있어서는 소비자의 도덕적 동기를 자극할 수 있는 내용이 적극적으로 반영되어야 할 것이다.

둘째, 지속가능한 급식의 실천을 추진함에 있어 위탁사의 참여와 협력을 도모하기 위한 전략이 마련되어야 할 것이다. 위탁급식의 경우 위탁사의 의지는 위탁급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력의 실천에 큰 영향력을 미치는 것으로 확인되었다. 따라서 지속가능경영이라는 경영이념을 공유하는 위탁사의 경우, 위탁급식업체는 지속가능한 급식의 실천에 대한 공감대를 형성하고 서로 상생할 수 있는 급식의 운영 전략을 수립해야 할 것이다. 또한 그렇지 않은 경우라면 지속가능한 급식이란 경제, 사회, 환경에 기여하는 것이며, 이는 곧 '조직의 목적 달성을 지원하기 위한 부가 서비스의 일부로 제공되는 식사와 서비스'라는 급식 본연의 목적(윤지현, 2012)에 부합됨을 호소하고, 위탁사가 지속가능한 급식의 활성화에 동참할 수 있는 커뮤니케이션 전략을 수립해야 할 것이다.

3) 기타 이해관계자 측면

기타 이해관계자 측면에서 볼 때 첫째, 공급업체와의 지속가능한 협력관계 구축 방안이 마련되어야 한다. 영양사들은 공급업체와의 관계 관리와 위탁급식업체의 지속가능한 발전과의 연관성을 쉽게 떠올리지 못하는 경향을 보였다. 그러나 Baldwin 등(2011)의 전 과정 평가(Life Cycle Assessment: LCA)에서 확인된 것처럼 급식을 포함한 외식산업에 있어 식품 구매의 단계는 외식 운영의 전 단계 중 환경에 미치는 영향이 월등히 크므로, 공급업체와의 지속가능한 관계 관리는 매우 중요하다 할 수 있다. 본 연구결과에서도 지속가능한 급식의 실천에 있어 이에 부합하는 식재료의 안정적 수급 방안 마련이 절실함이 언급된 것처럼, 지속가능한 공급망 관리의 성공은 재무적 성과는 물론 사회와 고객의 신뢰를 향상시켜 위탁급식업체의 경쟁력 강화로 이어질 것이다.

둘째, 지역사회를 위한 홍보성 '구색 갖추기'가 아닌 전략적 사회공헌활동을 추진하기 위한 방안이 마련되어야 할 것이다. 지역사회를 위한 사회공헌활동은 지속가능한 급식의 사회적 측면에서 중요한 의미를 갖는다. 과거에는 사회공헌활동을 추진하는 데 있어 방어적이거나 소극적인 접근방식이 보편적이었으며 공헌의 내용도 현금이나 물질적 기부에만 치중되어 왔을 뿐, 수혜 대상자와의 지속적인 관계 형성이 간과되어 온 것이 사실이다. 그러나 최근의 사회공헌 활동은 보다 적극적인 관점에서 기업이 가진 핵심 전문능력과 자원봉사를 결합하는 통합적이고 전략적 활동으로 변화하고 있다(한완선, 2010).

이런 의미에서 위탁급식 사례업체가 2011년 전국 지역아동센터 협의회와의 업무협약을 통해 소외계층 아이들의 균형된 식사 제공을 위해 식판을 기부한 사례는 변화하고 있는 사회공헌활동의 패러다임을 반영하는 좋은 출발이라 할 수 있다. 그러나 이러한 활동이 단순한 기부에서 그치지 않고 경제적, 사회적

가치창출로 이어질 수 있도록 수혜 대상자와의 지속적인 커뮤니케이션은 물론 위탁급식업체의 전문능력과 자원봉사를 결합하는 추가적 노력이 필요할 것으로 보인다. 일례로 조리사 또는 영양사라는 위탁급식업체의 전문 인력을 식판이 제공된 전국 지역아동센터에 정기적으로 파견, 소외계층 아이들을 위한 급식 현장의 개선을 위해 봉사하게 하는 방안 등은 급식전문기업의 핵심역량과 급식과 관련된 지역사회의 요구를 결합한 상생차원의 전략적 지역사회 공헌활동이 될 것이다.

위탁급식산업은 1990년 말 이래로 비약적인 성장을 거듭해 왔으나, 최근 학교급식의 전면 직영화, 치열한 시장 경쟁 등의 악재로 인하여 성장의 한계에 직면해 있고, 위탁급식업체들은 저마다 이에 대한 대응책 마련에 부심하고 있다. 이러한 시점에서 위탁급식업체의 지속가능한 급식으로의 체제 전환은 경제, 사회, 환경 측면에서의 가치창출을 통하여 오히려 한계에 부딪힌 급식시장에서 새로운 경쟁역량 구축을 통한 재도약의 발판이 될 수 있을 것으로 사료된다.

2. 후속연구를 위한 제언

국내에서의 지속가능한 급식의 활성화를 위해서는 다음과 같은 보다 폭 넓고 심도 깊은 후속 연구가 뒤따라야 할 것이다.

첫째, 본 연구에서는 지속가능한 급식을 설명하기 위하여 SRA (2010), IFMA foundation (2009)와 Sustain (2010)에서 정의한 지속가능한 외식과 관련된 용어들과 이의 대표적인 실천 기준들을 차용하였다. 비록 이들이 현재 전 세계의 지속가능한 외식을 대표하는 단체들이기는 하나, 아직까지 지속가능한 급식 및 외식에 대해 공식적으로 합의된 개념 및 실천기준들이 도출되지 않은 바, 본 연구결과는 설문조사에서 제시된 지속가능한 급식의 개념과 실천기준들의 범위 내에서 해석되어야 하는 연구의 경계를 지닌다. 따라서 향후에는 국내의 급식, 그리고 더 나아가 외식의 현실을 반영한 지속가능성/지속가능한 발전의 개념을 도출하고, 이에 맞게 적용할 수 있는 구체적인 가이드라인이나 실천기준의 마련을 위한 연구가 뒤따라야 할 것이다. 또한 이러한 가이드라인이나 실천기준의 적용 전·후 비교를 통하여 지속가능한 급식의 활성화를 위한 동기부여책의 일환으로서 그 성과를 평가하기 위한 연구도 필요할 것으로 생각된다.

둘째, 본 연구 조사는 일반 사기업 및 관공서의 급식을 이용해 본 경험이 있는 소비자들만을 대상으로 실시되었다. 이러한 산업체 급식은 이용자의 특성상 표본의 다양성을 확보할 수 있을 뿐 아니라, 상업적 외식에 비해 시스템 측면에서 규모가 크고 생산 및 운영이 표준화 되어 있어 연구결과의 해석과 적용상 유리하다는 장점을 지니지만, 본 연구결과를 상업적 외식 등 여타의 외식업태에 일괄적으로 적용하는 데에는 주의가 요구된다. 따라서 향후 연구는 학교, 병원 등 보다 다양한 형태의 급식소와 상업적 외식을 이용하는 소비자로까지 대상의 영역을 넓혀 이들의 관련 인식과 행동의도를 조사하고 본 연

구결과와 비교함으로써 보다 일반화된 결과를 도출하기 위한 노력도 의미가 있을 것으로 생각된다.

셋째, 본 연구는 소비자와 영양사의 실제 행동이 아닌 행동의도를 바탕으로, 즉 이러한 행동의도가 실제 행동을 잘 반영하리라는 가정 하에 진행되었다. 그러나, 그린/친환경 또는 지속가능성/지속가능한 발전과 같이 사회적으로 바람직하게 여겨지는 이슈(Social Desirability Issues)에 대해서는 실제 행동과는 관계없이 응답자의 답변이 긍정적으로 치우치는 경향이 높으며, 결국 응답자들의 실제 행동을 제대로 반영하지 못할 가능성이 있다. 따라서 향후 연구는 행동의도가 아닌 실제 행동을 종속변수로 하고 이에 영향을 미치는 요인들을 파악할 수 있도록 계획되어야 할 것이다.

넷째, 본 연구는 지속가능한 급식에 대한 위탁급식업체 사례를 조사함에 있어 하나의 동일 위탁급식업체에 속한 영양사들만을 대상으로 하였다. 이러한 연구 상의 한계를 극복하기 위하여 해당 위탁급식업체의 다양한 관계자와의 면접을 실시하였으나, 여전히 본 연구결과를 위탁급식업체 전체의 사례로 일반화하여 해석하기에는 무리가 따른다. 따라서 후속연구는 보다 다수의 위탁급식업체를 대상으로 한 사례를 취합하고 이로부터 공통된 결과를 도출하려는 노력이 필요할 것이다.

다섯째, 본 연구결과는 지속가능한 급식에 대한 소비자의 인식과 이용의도가 이들의 식생활 특성과 많은 유의적인 관련이 있다는 사실을 보여 주었다. 이는 건강과 환경의 이슈가 서로 밀접한 관련이 있다는 선행연구들의 주장을 어느 정도 뒷받침해주는 결과로 향후 식생활과 환경 혹은 더 나아가 지속가능한 발전과의 관계를 심도있게 파악하기 위한 연구가 뒤따라야 할 것으로 보인다.

참고문헌

[국내문헌]

고범석, 고필석 (2005). 친환경 농산물의 유통 특성 및 소비자의 구입 의도에 관한 연구. *한국조리학회, 11,* 214-227.

권오성 (2002). 현안분석(1): 지속가능발전의 개념 정립과 전략 모색: 경제성장 모형 검증을 통한 시사점 연구. *재정포럼.*

김동수 (2008). ISO 26000과 지속가능발전. *경영계.*

김성애, 조영선, 김나라 (2011). 청주지역 초등학교 학부모들의 친환경 농산물 사용에 대한 만족도와 학교급식 사용에 대한 인지도 분석. *대한지역사회영양학회지, 16*(1), 78-85.

김양숙, 윤지현, 김행란, 권성옥 (2010). 서울시 중·고등학생들의 아침식사 섭취 관련 요인. *대한지역사회영양학회지, 15*(5), 582-592.

박종철, 오민정, 홍성준 (2010). 기업의 지속가능경영 노력이 제품평가에 미치는 영향. *한국산업경제저널, 1*(2), 1-22.

박종철, 이광현 (2009). 기업의 지속가능경영 노력이 기업신뢰 및 고객 만족도에 미치는 영향. *마케팅관리연구, 14*(4), 19-35.

박지연 (2009, 7월 15일). 일본외식업계, 녹색등 달기 운동 확산. *식품외식경제.*

배병렬 (2011). *AMOS 19 구조방정식 모델링-원리와 실제.* 서울: 청람.

손황제 (2009, 9월 1일). 일본판 '신토불이' 운동 '지산지소'. *한겨레 신문.*

신장수 (2008). *위탁급식산업의 마케팅전략에 관한 연구: 매출 상위 7개 업체 사례를 중심으로.* 한양대학교 경영대학원 석사학위논문.

안정희, 강근옥 (2006). 친환경 식품과 가공 식품에 대한 주부들의 인식 및 소비 형태. *한국식품영양학회, 19*(1), 28-37.

안중호 (1996). 안중호의 경영교실: 공급사슬 관리(SCM). *경영계.*

엄영람, 류은순 (2003a). 위탁급식 전문업체의 운영 현황 조사 및 현안과제 분석. *대한영양사협회, 9*(3), 197-208.

엄영람, 류은순 (2003b). 위탁급식 전문업체 영양사의 인력관리 실태조사. *대한영양사협회, 9*(3), 248-258.

양일선, 이보숙, 차진아, 한경수, 채인숙, 이진미 (2011). *단체급식.* 경기: 교문사.

유소이, 윤하영 (2009). 식품선택동기와 유기농식품선택. *한국산업경제학회, 22*(6), 2641-2659.

유영준 (2002). 전 과정 평가. *환경기술인, 19*(10), 18-21.

윤승환 (2009). *조직문화 유형별 지속가능경영이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구.* 단국대학교 박사학위논문.

윤지현, 주나미, 윤지영, 류시현, 배현주 (2012). *급식경영.* 서울: 파워북.

음식이 세상을 바꾼다 (2010). 식생활 교육 기본계획. *농림수산식품부 동향자료.*

이기훈 (2006). 기업의 지속가능경영을 위한 전략적 이해관계자 관리전략. *한국항공경영학회지, 4*(2), 97-113.

이양순, 이남옥, 고성희 (2009). 충남 일부지역 영양(교)사를 대상으로 한 학교급식에서의 친환경 농산물 사용에 관한 연구. *대한지역사회영양학회지, 14*(5), 556-564.

이유시, 홍미현, 류경, 김애정, 하상도 (2009). 친환경농산물 소비행태조사-대형할인마트 고객을 중심으로. *한국식품위생안전성학회, 24*(2), 111-123.

이충수 (2002). *위탁급식업체와 고객사간의 장기계약 결정에 미치는 요인.* 경기대학교 대학원 석사학위논문.

이학식, 임지훈 (2011). *구조방정식 모형분석과 AMOS 7.0.* 경기: 법문사.

장영철, 이명신, 김은정 (2008). 유한킴벌리의 지속가능경영. *창조와 혁신,*

1(1), 301-346.

정만철 (2010). 일본의 지산지소 추진현황과 시사점 -효고현의 사례를 중심으로-. *한국국제농업개발학회, 22*(3), 210-219.

정영모 (2007). 한국 기업의 지속가능경영에 관한 탐색적 연구. *경상논집, 21*(1), 73-94.

정은경, 박기환, 이애랑, 김건희, 유경미, 유정민, 이화정, 주나미 (2010). 녹색성장 개념을 적용한 음식점 평가지 개발. *한국식품조리과학회, 26*(6), 811—820.

조동성·산업정책연구원 지속경영본부 (2007). *지속(가능)경영.* 서울: 서울경제경영.

진윤정, 안윤기 (2007). 지속가능경영을 위한 이해관계자 관리 방안. *환경경영연구, 5*(1), 19-43.

한국외식연감 (2011). *한국외식연감.* 서울: 한국외식정보(주).

한완선 (2010). 기업의 전략적 사회공헌: 자본주의 시대 CEO는 작은 영웅 사회공헌 동참해야: 역량 지향적이고 시장 지향적인 사회공헌 추구 필요. *경영계, 370,* 54-57.

현성원(2002). *고등학교 위탁급식 품질향상을 위한 급식비 및 투자비 산정 기준 개발.* 연세대학교 대학원 석사학위논문.

홍두승 (2005). *사회조사 분석.* 서울: 다산출판사.

[해외문헌]

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50,* 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Albino, V., Balice, A., & Dangelico, R. M. (2009). Environmental strategies and green product development: An overview on sustainability-driven companies. *Business Strategy and the Environment*, *18*, 83-96.

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin, 103,* 411-23.

Aragón-Correa, J. A., Hurtado-Torres N Sharma, S., & García-Morales, V. J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of Environmental Management, 86*(1), 88-103.

Armitage, C., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology, 40,* 471-499.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1998). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 16,* 77-94.

Baldwin, C., Wilberforce, N., & Kapur, A. (2011). Restaurant and food service life cycle assessment and development of a sustainability standard. *International Journal of Life Cycle Assessment, 16*(1), 40-49.

Bamberg, S., Hunecke, M., & Blöbaum, A. (2007). Social context, personal moral norms and the use of public transportation: Two field studies. *Journal of Environmental Psychology, 27*, 190-203.

Bamberg, S., & Moser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology, 27,* 14-25.

Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university route with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and Behavior, 35*, 264-295.

Bansal, H. S., & Taylor, S. F. (1999). The service provider switching model (SPSM): a model of consumer switching behavior in the service industry. *Journal of Service Research, 2*(2), 200-218.

Banytė, J., Brazionienė, L., & Gadeikienė, A. (2010). Investigation of green consumer profile: A case of Lithuanian market of eco-friendly food products. *Economics and Management, 15,* 374-383.

Bellarby, J., Foereid, B., Hastings, A., & Smith, P. (2008). Cool farming: climate impacts of agriculture and mitigation potential. *Greenpeace.*

Bird, R., Hall, A. D., Momente, F., & Reggiani, F. (2007). What corporate social responsibility activities are valued by the market? *Journal of Business Ethics, 76*(2), 189-206.

Carbonara, J. (2007). Foodservice goes green. *Foodservice Equipment and Supplies, 60*(9), 48-54.

Carlsson-Kanyama, A., & Gonzalez, A. D. (2009). Potential contributions of food consumption patterns to climate change. *American Journal of Clinical Nutrition, 89*(suppl), 1704S-9S.

Carrigan, M. & Attalla, A. (2001). The myth of the ethical consumer-do ethics matter in purchase behavior. *Journal of Consumer Marketing, 18*(7), 560-577.

Chen, C. J., Gregoire, M. B., Arendt, S., & Shelley, M. C. (2011). College and university dining services administrators' intention to adopt sustainable practices. Results from US institutions. *International Journal of Sustainability in Higher Education, 12*(2), 145-162.

Choi, G. & Parsa, H. G. (2006). Green practices II: Measuring restaurant managers' psychological attributes and their willingness to charge for the "Green Practices". *Journal of Foodservice Business Research*, *9*(4), 41-63.

Clancy, K. (1999). Reclaiming the social and environmental roots of nutrition education. *Journal of Nutrition Education, 31,* 190-193.

Clark, W. A., & Finley, J. C. (2005). Determinants of water conservation intention in Blagoevgrad, Bulgaria. *Society and Natural Resources, 20,* 613-627.

Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. (김영숙, 류성림, 박판우, 성용구, 성장환, 유승희 등 역, *연구방법: 질적, 양적 및 혼합적 연구의 설계*, 서울: 시그마프레스, 2011)

De Pelsmacker, P., & Janssens, W. (2007). A model for fair trade buying behaviour: the role of perceived quantity and quality of information and of product-specific attitudes. *Journal of Business Ethics*, *75*,

361-380.

De Pelsmacker, P., Janssens, W., Sterckx, E., & Mielants, C. (2006). Fair trade beliefs, attitudes and buying behaviour of Belgian consumers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, *11,* 125-138.

Diamantapoulos, A., Schlegelmilch, S., & Bohlen, G. M. (2003). Can Socio-perception still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation. *Journal of Business Research, 56*(4), 465-480.

Diekmann, A. & Preisendörfer, P. (1998). Environmental behavior: Discrepancies consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local. *Journal of Rural Studies, 19*(2), 233-244.

Duchin, F. (2005). Sustainable consumption of food: A framework for analyzing scenarios about changes in diets. *Journal of Industrial Ecology, 9*, 99-114.

Dutta, A., Umashankar, V., Choi, G., & Parsa, H. G. (2008). A comparative study of consumers' green practice orientation in India and the United States: A study from the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research, 11*(3), 269-285.

Elkington, J., & Hailes, J (1998). *The green consumer guide.* London: Gollancz.

Ellen, S. (1994). Do we know what we need to know? Objective and subjective knowledge effects on pro-ecological behaviors. *Journal of Business Research*, *30,* 43-52.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation

models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(February), 39-50.

Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1993). *Monte Carlo Evaluations of Goodness-of-Fit Indices for Structural Equation Models, in the Bollen KA & Long JS* (Eds.). Newbury Park, CA: Sage.

Grunert, S. C., & Juhl, H. J. (1995). Values, environmental attitudes, and buying of organic foods, *Journal of Economic Psychology, 16*(1), 39-62.

Hamm, M. W. (2008). Linking sustainable agriculture and public health: opportunities for realizing multiple goals. *Journal of Hunger and Environmental Nutrition, 3*(2), 169-185.

Han, H., Hsu, L. J., Lee, J. S. & Sheu, C. (2011). Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions. *International Journal of Hospitality Management 30,* 345-355.

Han, H., Hsu, L. T., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management, 31*(3), 325-334.

Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management, 29,* 659 - 668.

Han, H., & Ryu, K. (2006). Moderating role of personal characteristics in forming restaurant customers´ behavioral intentions: An upscale restaurant setting. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing,*

15(4), 25-53.

Harland, P., Staats, H., & Wilke, M. (1999). Explaining pro-environmental intention and behavior by personal moral norms and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 29,* 2505-2528.

Harmon, A., Lapp, J., Blair, D., & Hauck-Lawson, A. (2011). Teaching food system sustainability in dietetic programs: need, conceptualization, and practical approaches. *Journal of Hunger and Environmental Nutrition, 6*(1), 114-124.

Heath, Y., & Gifford, R. (2002). Extending the theory of planned behavior: Predicting the use of public transportation. *Journal of Applied Social Psychology, 32*(10), 2154-2189.

Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1987). Analysis synthesis of research on responsible environmental behaviour: A meta-analysis. *Journal of Environmental Education*, *18*, 1-8.

Jeurissen, R. (2000). Book Review: John Elkington, Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business. *Journal of Business Ethics, 23*(2), 229-231.

Kaiser, F. G., Hübner, G., & Bogner, F. X. (2005). Contrasting the theory of planned behavior with the value-belief-norm model in explaining conversation behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 35*(10), 2150-2170.

Kaiser, F. G., Wölfing, S., & Fuhrer, U. (1999). Environmental attitude and ecological behavior. *Journal of Environmental Psychology, 19,* 1-19.

Kallgren, R. R., & Cialdini, R. B. (2000). A focus theory of normative

conduct: When norms do and do not affect behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *26*, 328-338.

Lam, T., & Hsu, C. H. C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management, 27*(4), 589-599.

Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior. *Journal of Social Issues, 63*(1), 117-137.

Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin, 18*(1), 3-9.

Mannetti, L., Pierro, A., & Livi, S. (2004). Recycling: Planned and self-expressive behaviour. *Journal of Environmental Psychology, 24,* 227-236.

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1972). *The limits to growth: A report for the club of rome's project on the predicament of mankind*, New York: Universe Books.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Morgan, D. (1997). *Focus group as qualitative research*. London: Sage. (대한질적연구간호학회 역, *질적 연구로서의 포커스 그룹*, 서울: 군자출판사, 2007).

Morgan, K., & Sonino, R. (2008). *The school food revolution: Public food and the challenge of sustainable development.* London: Earthscan Publications, Ltd. (엄은희, 추선영, 허남혁 공역, *학교급식 혁명*. 서울: 이후, 2010).

Morris, L. A., Hastak, M., & Mazis, M. B. (1995). Consumer

comprehension of environmental advertising and labeling claims. *Journal of Consumer Affairs, 29*(2), 328-350.

Neff, J., & Stephanie, T. (2007). Eco-marketing has staying power this time around: experts. *Advertising Age, 78*(18), 55.

Nicolau, J. L. (2008). Corporate social responsibility: Worth-creating activities. *Annals of Tourism Research, 35*(4), 990-1006.

Olsen, N. V., Sijtsem, S. J., & Hall, G. (2010). Predicting consumers' intention to consume ready-to-eat meals: The role of moral attitude. *Appetite, 55*, 534-539.

Ozcaglar-Toulouse, N., Shiu, E. & Shaw, D. (2006). In search of fair trade: ethical consumer decision making in France. *International Journal of Consumer Studies, 30,* 502-514.

Padbury, G. (2006). Retail and foodservice opportunities for local food. *Institute of Grocery Distribution.*

Roberts, J. A. (1995). Profiling levels of socially responsible consumer behavior: A cluster analytic approach and its implications for marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice, 3*(4), 97-118.

Robinson, R., & Smith, C. (2002). Psychosocial and demographic variables associated with consumer intention to purchase sustainably produced foods as defined by the midwest food alliance. *Journal of Nutrition Education and Behavior, 34,* 316-325.

Robinson, R., & Smith, C. (2003). Integrating issues of sustainably produced foods into nutrition practice: A survey of Minnesota Dietetic Association members. *Journal of the American Dietetic Association, 103*(5), 608-611.

Schrum, L. J., McCarty, J. A., & Lowrey, T. M. (1995). Buyer

characteristics of the green consumer and their implications for advertising strategy. *Journal of Advertising, 24*(2), 71-90.

Schubert, F. (2008). *Exploring and predicting consumers' attitudes and behaviors towards green restaurants.* Master thesis. The Ohio State University.

Schwartz, S. H. (1970). Elicitation of moral obligation and self-sacrificing behavior: An experimental study of volunteering to be a bone marrow donor. *Journal of Personality and Social Psychology, 15,* 283-293.

Shaw, D., & Shiu, E. (2003). Ethics in consumer choice: A multivariate modelling between aspirations and reality. *Rationality and Society, 10,* 79-102.

Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research,* 15, 325 - 343.

Sparks, P., & Shepherd, R. (2002). The role of moral judgements within expectancy-value-based attitude-behavior models. *Ethics and Behavior, 12*(4), 299-321.

Süle, M. (2012). Can conscious consumption be learned? The role of Hungarian consumer protection education in becoming conscious consumers. *International Journal of Consumer Studies, 36,* 211-220.

Sunderer, G., & Rössel, J. (2012). Morality or economic interest? The impact of moral motives and economic factors on the purchase of fair trade groceries. *International Journal of Consumer Studies, 36*(2), 244-250.

Verain, M. C. D., Bartels, J., Dagevos, H., Sijtsema, S. J., Onwezen, M.

C., & Antonides, G. (2012). Segments of sustainable food consumers: A literature review. *International Journal of Consumer Studies, 36,* 123-132.

Verbeke, W. (2005). Agriculture and the food industry in the information age. *European Review of Agricultural Economics, 32*, 347 - 368.

Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer "attitude - behavioral intention" gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 19,* 169-194.

Walley, N., & Whitehead, B. (1994, May-June). It's not easy being green. *Harvard Business Review*, pp 46-52.

Weatherell, T., & Allinson, J. (2003). In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying Local. *Journal of Rural Studies, 19*(2), 233-244.

West, F., & Curran, P. J. (1995). *Structural Equation Models with Non-normal Variables: Problems and Remedies, In R. H. Hoyle* (Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

[인터넷 자료]

국가통계포탈 (2012). 경제인구참여율. Available from http://kosis.kr [Cited 2012, May 2]

노컷뉴스 (2011, 6월 17일). “에코밥상으로 지구 지켜요”. Available from http://www.nocutnews.co.kr [Cited 2012, May 27]

녹색등롱 (2011). 綠提灯. Available from http://www.midori-chouchin.jp [Cited 2011, February 5]

대한영양사협회 (2012). 대한영양사협회 홈페이지. Available from http://www.dietitian.or.kr [Cited 2012, June 30]

식품위생법 (2012). 식품위생법 제 52조. Available from http://www.law.go.kr [Cited 2012, June 6]

저탄소녹색성장기본법 (2012). 저탄소녹색성장기본법 제 2조(정의). Available from http://www.law.go.kr [Cited 2012, June 29]

지속가능경영원 (2008). 2008년 기업의 지속가능발전 기여도에 대한 사회인식 조사 연구. Available from http://www/bisd.or.kr [Cited 2012, March 15]

지속가능경영원 (2012). 지속가능보고서 DB. Available from http://www.bisd.or.kr [Cited 2012, June 3]

통계청 (2008). 사회통계국 복지통계과 품목별 가구당 월평균 가계수지. Available from http://www.kostat.go.kr [Cited 2011, February 5]

풀무원 (2010). 2010년 풀무원 지속경영보고서. Available from http://www.pulmuone.co.kr [Cited 2012, May 27]

한국경제 (2009, 6월 25일). 급식업계 잔반과의 전쟁. Available from http://www.hankyung.com [Cited 2012, May 27]

EBN 산업뉴스 (2011, 6월 16일). 사막화방지의 날 “급식으로 동참하세요”. Available from http://www.ebn.co.kr [Cited 2012, April 15]

KT (2012). KT IT 서포터즈. Available from http://www.itsupporters .com [Cited 2012, June 4].

SBS (2012). 외면 당하던 구내식당, 틈새시장서 부활 신호탄. Available from http://news.sbs.co.kr. [Cited 2012, June 4]

Ajzen, I. (2011). The theory of planned behavior. Available from http://people.umass.edu/aizen/tpb.html [Cited 2012, June 15]

Barilla Center for Food and Nutrition (2010). Double pyramid. Available from http://www.barillacfn.com [Cited 2012, June 6]

EC (2006). European Commission. Environmental Impact of Products (EIPRO): Analysis of the life cycle environmental impacts related to the final consumption of the EU-25. Available from http://ec.europa.eu [Cited 2011, February 5]

EPA (2009). United States Environmental Protection Agency. Sustainable materials management: The road ahead appendix relative ranking technical support document. Available from http://www.epa.gov [Cited 2011, February 5]

GRA(2009). Green Restaurant Association. Available from www.dinegreen.com [Cited 2011, February 5]

Green Buying Research (2009). 82 Percent of consumers buying green despite battered economy. Available from http://www.greenseal.org [Cited 2011, February 5]

Green Seal (2009). Environmental leadership standard for restaurants and food services, GS-46. Available from www.greenseal.org. [Cited 2011, February 5]

IFMA Foundation (2009). International Facility Management Association Foundation. Available from http://www.ifmafoundation.org [Cited 2011, February 5]

La Vecchia, G. (2008, April 1). GREEN: The new gold. Available from http://restaurant-hospitality.com [Cited 2011, February 5]

London Development Agency (2005). London Sustainable Food Hub: Opportunities for a sustainable food logistics centre in London. Available from http://www.lowhub.com [Cited 2012, June 20]

Mintel (2006, October 13). 'Green is the new black' as Brits turn to ethical food. Mintel news release. Available from http://www.mintel.com [Cited 2011, February 5]

NRA (2008). National Restaurant Association. 2009 Restaurant Industry Forecast. Available from http://www.restaurant.org [Cited 2011, February 5]

One Planet Dining Report (2007). London's growing market for eating out sustainably. Available from http://www.sustainweb.org [Cited 2011, February 5]

SCA (2009). Green buying remains strong during down economy. Available from http://www.torkusa.com [Cited 2011, February 5]

SRA (2010). Sustainable Restaurant Association. Available from http://www.thesra.org [Cited 2011, February 5]

Sustain (2010). Sustain: The alliance for better food and farming. Available from http://www.sustainweb.org [Cited 2011, February 5]

World Commission on Environment and Development (1987). Our Common Future. Available from http://www.un-documents.net/ [Cited 2011, August 5]

부　　록

부록 1.

지속가능한 급식에 대한
소비자 온라인 설문 내용

지속가능한 급식에 대한 소비자 온라인 설문조사

안녕하십니까?

서울대학교 식품영양학과 외식연구실에서는 **『급식업체들이 지속가능한 발전(Sustainable Development)을 위해 노력하는 것에 대한 소비자의 인식과 이용의도』**를 조사하고자 합니다.

본 연구는 향후 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 기준을 개발하는 데에 있어 기초자료로 사용됩니다. 조사 자료는 개인별로 분석되지 않으며 연구 목적을 위해서만 사용되오니, 설문 문항에 정확하고 솔직하게 응답해 주시길 바랍니다.

설문에는 약 20-30분 정도의 시간이 소요될 것입니다.

귀중한 시간을 내어 설문에 응답해주셔서 진심으로 감사드립니다.
설문조사와 관련한 문의사항이나 기타 의견이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

서울대학교 외식연구실
박사 과정 김소영
전화: 02-880-9098
핸드폰: 010-6307-6616
이메일: sonyah@snu.ac.kr

※ 다음 설명을 읽으신 후 설문에 응해주시기 바랍니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체란 급식의 운영에 있어 **경제, 사회, 환경에 미치는 영향을 통합적이고 균형있게 관리하는 노력**을 통하여 지속적인 사업가치를 추구하는 급식업체들을 의미합니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체에서는

- √ **제철 및 친환경 식재료**를 주로 사용하며, **지역 농산물 및 공정거래를 통해 유통되는 식재료**의 사용에도 적극적입니다.
- √ **냅킨이나 비닐 등의 소모품도 재활용이 가능하고 친환경적인 제품**을 사용하며, **급식소의 쓰레기를 줄이고 분리수거를 실천합니다.**
- √ 또한 가까운 **지역의 인력을 고용하고 공정하게 대우**하며, **납품업체도 우호적인 협력관계**를 유지하기 위해서 노력합니다.
- √ 급식소 내부의 시설과 설비에는 **친환경 자재와 용품**을 사용하고, **물, 전기 등의 천연자원을 절약**합니다.

마지막으로 이러한 급식업체에서는 **직원과 고객들에게 지속가능한 발전을 위한 노력의 중요성을 알리고**, 그들이 이러한 노력에 동참하도록 독려합니다.

※ 지속가능한 발전을 위해 노력하는 급식업체에 대한 귀하의 인식과 이용의도를 묻는 질문입니다.
"'A'라는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다"는 상황을 가정하고, 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

[Attitude]

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 "A"를 이용하는 것은

1. 매우 나쁘다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 좋다

2. 매우 중요하지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 중요하다

3. 매우 필요하지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 필요하다

4. 매우 가치 없다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 가치 있다

[Behavioral Beliefs]

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 "A"를 이용하는 것은

1. 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다.

2. 사회의 균형된 발전에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다.

3. 환경 보호에 도움이 된다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다.

4. 나의 건강에 도움이 된다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다.

5. 급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다.

6. 지역사회의 발전에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다.

[Outcome Evaluation]

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체 "A"를 이용함으로써

1. 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

2. 사회의 균형된 발전에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

3. 환경 보호를 위해 노력하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

4. 나의 건강을 위해 노력하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

5. 급식업체의 경제적 성장에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

6. 지역사회의 발전에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

[Subjective Norm]

급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

3. 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용하는 것이 옳다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Normative Belief]

급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나의 가족은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 나의 직장 동료들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

3. 나의 친구들은 내가 급식업체 'A'를 이용해야 한다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Motivation to Comply]

1. 일반적으로 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 일반적으로 나는 직장 동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

3. 일반적으로 나는 친구들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Perceived Behavioral Control]

급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고,
급식업체 "A"가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우

1. 내 의사에 따라 급식업체 'A'의 이용여부를 결정할 수 있을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 내가 원하기만 한다면, 다른 음식점 대신 급식업체 'A'를 이용할 수 있을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

3. 급식업체 'A'의 이용여부는 내 판단에 따라 결정할 수 있을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Control Belief]

급식업체 “A”가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 급식업체 'A'의 비용증가로 가격이 오를 것 같다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 등 급식업체 “A”를 이용하는데 불편이 따를 것 같다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

3. 급식업체 “A”가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알기 어려울 것 같다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Power of the Control Factors]

급식업체 “A”가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고
급식업체 “A”가 아닌 다른 음식점에서도 식사할 수 있는 대안이 있을 경우

1. 가격이 올라 개인적으로 추가 비용을 지불해야 할 것 같아서
나는 급식업체 'A'를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 잔반을 남기지 않고, 냅킨을 아껴 써야 하는 등 이용이 불편해 질 것 같아서
나는 급식업체 “A”를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 급식업체 'A'가 지속가능한 발전을 위해 어떤 노력을 하고 있는지 알 수 없을 것 같아서
나는 급식업체 “A”를 우선적으로 이용하지 못할 것 같다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Personal Norm]

급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 의무감을 느낄 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 나는 급식업체 'A'를 이용하지 않는 것에 죄책감을 느낄 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 나는 급식업체 'A'를 이용하는 것에 책임감을 느낄 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Perceived Quality]

급식업체 "A"가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 급식업체 'A'는 영양적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 급식업체 'A'는 위생적 품질이 우수한 음식을 제공할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 급식업체 'A'의 음식 맛은 좋을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

4. 급식업체 'A'의 서비스 품질은 좋을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Intention]

급식업체 “A”가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나는 다른 음식점에서 식사할 수 있다고 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 급식업체 “A”의 비용 부담의 증가로 가격이 오른다 해도 급식업체 'A'를 이용할 것이다.

매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 나는 급식업체 'A'를 계속 이용하기 위해 노력할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

※ 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력에 대한 귀하의 일반적인 인식을 묻는 질문입니다.
다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

1. 귀하는 급식산업에 있어 지속가능성과 녹색 친환경성의 개념에 대한 다음의 설명 중 어느 문항에 동의하십니까?

① 지속가능성과 녹색 친환경성은 동일한 개념이다.
② 지속가능성은 녹색 친환경성보다 광의의 개념이다.
③ 지속가능성은 녹색 친환경성보다 협의의 개념이다.
④ 지속가능성과 녹색 친환경성은 별개의 개념이다.

2. 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
나는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력할 필요가 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 지속가능한 발전에 대해서 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 일상생활에서 스스로 지속가능한 발전을 위한 소비를 실천하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

3. 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

급식업체들이 지속가능한 발전을 위해 노력하는데 있어	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
소비자들의 인식 부족이 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
급식업체의 노력 부족이 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
소비자와 급식업체 사이의 커뮤니케이션 부재가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
사회적 홍보 (매스미디어 등을 이용한 대국민 홍보)의 부재가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
제반 여건(예: 지역농산물 유통 시스템, 친환경 상품 개발 및 생산 시스템 등) 성숙의 미비가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

4. 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

급식업체를 선택하는 의사 결정에	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
가격의 적절성이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
메뉴의 다양성이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
음식의 맛이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
얼마나 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는지가 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
편리가 위치가 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
서비스의 품질이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

5. 귀하는 지속가능한 발전을 위한 노력으로 인해 급식업체의 비용이 증가하고 이 때문에 급식가격이 오른다면, 인상된 급식가격을 지불할 의향이 있습니까?

① 예　　② 아니오

6. **5번에서 "예"로 답하신 경우**, **현재 급식가격이 4,000원**이라면, 추가로 최대 얼마까지 **더** 지불할 의향이 있습니까? **(지불할 의향이 있는 최대금액과 현재 급식가격인 4,000원과의 차액으로 응답해 주십시오)**

(　　원)

※ 다음은 응답자의 식생활에 관한 질문입니다.

1. 다음 각 문장에 대해 귀하의 식생활과 얼마나 가까운지 표시해 주십시오.

	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
곡류, 채소·과일류, 어육류, 유제품 등 다양한 식품을 골고루 섭취한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
지방이 많은 고기와 튀긴 음식을 적게 먹는다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
짠 음식을 피하고, 싱겁게 먹는다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
건강 체중을 유지하기 위해 노력한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
건강을 위해 술과 담배를 자제한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
하루 세끼 식사를 규칙적으로 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
밥을 주식으로 하는 우리 식생활을 즐긴다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
계절에 따른 제철 음식을 즐긴다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

2. 다음 각 문장에 대해 귀하의 식생활과 얼마나 가까운지 표시해 주십시오.

	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
식품구입시 친환경 관련 인증표시를 확인한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
농약과 화학비료를 적게 사용한 농산물을 구입한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
일회용 및 과대포장된 식품은 구입하지 않는다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
필요한 양만큼의 식재료를 구입하고 조리한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
음식점에서는 알맞게 주문하고 남은 음식을 싸 온다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
음식을 알맞게 덜어가며 식사한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
식품 구입시 원산지 표시를 확인한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
지역 농산물을 애용한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

※ 다음은 응답자의 일반사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
   ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?
   ① 만 20 대 ② 만 30 대 ③ 만 40 대 ④ 만 50 대

3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?
   ① 고등학교 졸업
   ② 대학(교) 재학 또는 수료
   ③ 대학(교) 졸업
   ④ 대학원 재학 또는 수료
   ⑤ 대학원 졸업

5. 귀 가구의 월평균 가계 소득은 어떻게 되십니까?
   ① 100만원 미만
   ② 100만원 이상 ~ 199만원 이하
   ③ 200만원 이상 ~ 299만원 이하
   ④ 300만원 이상 ~ 399만원 이하
   ⑤ 400만원 이상 ~ 499만원 이하
   ⑥ 500만원 이상 ~ 599만원 이하
   ⑦ 600만원 이상 ~ 699만원 이하
   ⑧ 700만원 이상

6. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?
   ① 자영업 ② 전문직 ③ 주부 ④ 회사원 ⑤ 대학생 ⑥ 대학원생 ⑦ 무직 ⑧기타 ( )

7. 귀하의 현재 결혼여부는 어떻게 되십니까?
   ① 기혼 ② 미혼

8. 귀하는 지난 3 개월 간 산업체(회사, 공장, 관공서, 기관 등) 내 급식소를 월 평균 얼마나 자주 이용하셨습니까? (아침, 점심, 저녁 포함)
   ① 이용한 적이 없음
   ② 월 5회 미만
   ③ 월 5 - 10회
   ④ 월 16 - 20회
   ⑤ 월 21 - 25회
   ⑥ 월 26 - 30회
   ⑦ 기타( )

설문에 응답해주셔서 감사합니다.

부록 2.

지속가능한 급식에 대한
위탁급식 사례업체의 영양사 온라인 설문 내용

지속가능한 급식에 대한 영양사 온라인 설문조사

안녕하십니까?

서울대학교 식품영양학과 외식연구실에서는 **『급식업체가 지속가능한 발전(Sustainable Development)을 위해 노력하는 것에 대한 영양사의 인식과 실천의도』**를 조사하고자 합니다.

본 연구는 향후 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 기준을 개발하는 데에 있어 기초자료로 사용됩니다. 조사 자료는 개인별로 분석되지 않으며 연구 목적을 위해서만 사용되오니, 설문 문항에 정확하고 솔직하게 응답해 주시길 바랍니다.

설문에는 약 20-30분 정도의 시간이 소요될 것입니다.

귀중한 시간을 내어 설문에 응답해주셔서 진심으로 감사드립니다. 설문조사와 관련한 문의사항이나 기타 의견이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

서울대학교 외식연구실
박사 과정 김소영
전화: 02-880-9098
핸드폰: 010-6307-6616
이메일: sonyah@snu.ac.kr

※ 다음 설명을 읽으신 후 설문에 응해주시기 바랍니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체란 급식의 운영에 있어 **경제, 사회, 환경에 미치는 영향을 통합적이고 균형있게 관리하는 노력**을 통하여 지속적인 사업가치를 추구하는 급식업체들을 의미합니다.

지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는 급식업체에서는

- √ **제철 및 친환경 식재료**를 주로 사용하며, **지역 농산물 및 공정거래를 통해 유통되는 식재료**의 사용에도 적극적입니다.
- √ **냅킨이나 비닐 등의 소모품도 재활용이 가능하고 친환경적인 제품**을 사용하며, **급식소의 쓰레기를 줄이고 분리수거를 실천합니다.**
- √ 또한 가까운 **지역의 인력을 고용하고 공정하게 대우**하며, **납품업체도 우호적인 협력관계**를 유지하기 위해서 노력합니다.
- √ 급식소 내부의 시설과 설비에는 **친환경 자재와 용품**을 사용하고, **물, 전기 등의 천연자원을 절약**합니다.

마지막으로 이러한 급식업체에서는 **직원과 고객들에게 지속가능한 발전을 위한 노력의 중요성을 알리고**, 그들이 이러한 노력에 동참하도록 독려합니다.

※ 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하는 것에 대한 귀하의 인식과 실천의도를 묻는 질문입니다.
"내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다"는 상황을 가정하고, 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

[Attitude]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면
내가 이러한 급식업체의 노력을 실천하는 것은

1. 매우 나쁘다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 좋다

2. 매우 중요하지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 중요하다

3. 매우 필요하지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 필요하다

4. 매우 가치 없다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 가치 있다

[Behavioral Beliefs]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면
내가 이러한 급식업체의 노력을 실천하는 것은

1. 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다

2. 사회의 균형된 발전에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다

3. 환경 보호에 도움이 된다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다

4. 고객의 건강에 도움이 된다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다

5. 급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다

6. 지역사회의 발전에 기여하는 것이다.
매우 그렇지 않다 :___1__:___2__:___3__:___4__:___5__:___6__:___7__: 매우 그렇다

[Outcome Evaluation]

내가 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천함으로써

1. 자원의 효율적인 이용을 통해 경제 발전에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

2. 사회의 균형된 발전에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

3. 환경보호를 위해 노력하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

4. 고객의 건강을 위해 노력하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

5. 급식업체의 경제적인 성장에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

6. 지역사회의 발전에 기여하는 것은
매우 중요하지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 중요하다

[Subjective Norm]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나의 가족은 내가 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천하는 것이 옳다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 나의 직장 동료들은 내가 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천하는 것이 옳다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 식품영양 및 건강 전문가들은 내가 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천하는 것이 옳다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Normative Belief]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나의 가족은 내가 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 노력을 실천해야 한다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 나의 직장 동료들은 내가 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 노력을 실천해야 한다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 식품영양 및 건강 전문가들은 내가 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 노력을 실천해야 한다고 생각할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Motivation to Comply] : person's motivation to comply with the different referents

1. 일반적으로 나는 가족의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 일반적으로 나는 직장동료들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 일반적으로 나는 식품영양 및 건강 전문가들의 기대에 따라 행동하려고 노력한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Perceived Behavioral Control]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나는 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 노력을 실천할 수 있다고 확신한다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 내가 결심만 한다면, 나는 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 노력을 실천할 수 있을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 내가 지속가능한 발전을 위한 급식업체의 노력을 실천하는 것은 어렵지 않을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Control Belief]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고
내가 급식소에서 이러한 노력들을 실천한다면

1. 급식소의 비용이 늘어날 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 급식소 운영 상 불편이 발생할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

3. 급식소의 작업량이 늘어날 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

4. 급식소의 작업시간이 늘어날 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Power of the Control Factors]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있고
내가 급식소에서 이러한 노력들을 실천한다면

1. 급식소의 비용이 늘어나 실천이 어려워 질 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

2. 급식소 운영 상 불편이 발생해 실천이 어려워 질 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 급식소의 작업량이 늘어나 실천이 어려워질 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

4. 급식소의 작업시간이 늘어나 실천이 어려워 질 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다.

[Intention]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 나는 기꺼이 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 나는 급식소의 비용이 늘어난다고 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 나는 급식소 운영 상 불편이 따른다 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다.

매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

4. 나는 급식소의 작업량이 늘어난다고 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

5. 나는 급식소의 작업시간이 늘어난다고 해도 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 것이다.

매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Personal Moral Norm]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면
나는 영양사로서 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천하는 것에

1. 의무감을 느낄 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 책임감을 느낄 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 사명감을 느낄 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

[Perceived Quality]

내가 일하는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있다면

1. 음식의 영양적인 품질이 좋을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

2. 음식의 위생적인 품질이 좋을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

3. 음식의 맛이 좋을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

4. 서비스의 품질이 좋을 것이다.
매우 그렇지 않다 :__1__:__2__:__3__:__4__:__5__:__6__:__7__: 매우 그렇다

※ 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력에 대한 귀하의 일반적인 인식을 묻는 질문입니다.
다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

1. 귀하는 급식산업에 있어 지속가능성과 녹색 친환경성의 개념에 대한 다음의 설명 중 어느 문항에 동의하십니까?

① 지속가능성과 녹색 친환경성은 동일한 개념이다.
② 지속가능성은 녹색 친환경성보다 광의의 개념이다.
③ 지속가능성은 녹색 친환경성보다 협의의 개념이다.
④ 지속가능성과 녹색 친환경성은 별개의 개념이다

2. 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
나는 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력할 필요가 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 지속가능한 발전에 대해서 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 지속가능한 발전에 대해 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 영양사로서 스스로 지속가능한 발전을 위한 노력을 급식소에서 실천하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

3. 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

급식업체들이 지속가능한 발전을 위해 노력하는데 있어	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
소비자들의 인식 부족이 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
급식업체의 노력 부족이 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
정부차원에서의 지원 정책 및 제도의 부재가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
소비자와 급식업체 사이의 커뮤니케이션 부재가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
사회적 홍보 (매스미디어 등을 이용한 대국민 홍보)의 부재가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
제반 여건(예: 지역농산물 유통 시스템, 친환경 상품 개발 및 생산 시스템 등) 성숙의 미비가 장애요인이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

4. 다음 각 문장에 대해 귀하가 동의하는 정도를 표시해 주십시오.

소비자가 급식업체를 선택하는 의사 결정에	매우 그렇지 않다	←		보통이다	→		매우 그렇다
가격의 적절성이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
메뉴의 다양성이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
음식의 맛이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
얼마나 지속가능한 발전을 위해 노력하고 있는지가 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
편리가 위치가 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
서비스의 품질이 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

5. **현재 급식가격이 인당 4,000 원이라고 가정하십시오**, 급식업체가 지속가능한 발전을 위해 노력한다면 **인당 급식가격은** 얼마가 적정하다고 생각하십니까?

(_____원)

※ 다음은 응답자의 일반사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?
   ① 만 20 대 ② 만 30 대 ③ 만 40 대 ④ 만 50 대

2. 귀하가 근무하고 있는 급식소의 유형은 무엇입니까?
   ① 회사 내 급식소 ② 공장 내 급식소 ③ 관공서 내 급식소 ④ 기타 ( )

3. 귀하의 급식업체 영양사로서의 근무경력은 얼마나 되었습니까? (만____년)

4. 귀하가 일하는 급식소의 **일평균** 생산식수 얼마입니까(조, 중, 석식 모두 포함)? (약_____식)

설문에 응답해주셔서 감사합니다.

부록 3.

지속가능한 급식에 대한
위탁급식 사례업체 FGI 프로토콜

위탁급식 사례업체 FGI 프로토콜

소요시간	총시간	인터뷰 진행 및 질문	기타사항
10분	10분	<Introduction> ✓ 연구소개 및 공지사항 안내 ✓ 연구자 및 인터뷰 참가자 소개	✓ Rapport 형성에 주력하여 친근감 있는 분위기 조성 ✓ 참가자 목소리 구분 자료 수집
15분	25분	**Q 1. 지속가능성/지속가능한 발전의 개념은 어떻게 인식되고 있는가?** ✓ 지속가능성/지속가능한 발전의 개념에 얼마나 친숙한지 논의 ✓ (참가자들이 상기 질문에 대답을 순조롭게 이어나가지 못할 경우) 기존의 녹색/친환경 개념에 얼마나 친숙한지 논의 ✓ 기존의 녹색/친환경의 개념과 비교하여 지속가능성/지속가능한 발전의 개념을 어떻게 인식하고 있는지 논의하도록 유도	✓ 지속가능성/지속가능한 발전의 ✓ 개념에 기대이상으로 의식수준이 낮다면, 이의 정의를 간략히 소개하고 이 정의대로 지속가능성/지속가능한 발전을 실현시키기 위해서 어떠한 실천이 필요한지 논의유도 -> 지속가능성/지속가능한 발전의 개념에 대한 framework 역추정 접근
20분	45분	**Q 지속가능한 발전을 위한 노력은 어떻게 실천되고 있는가?** ✓ 급식업체가 지속가능한 발전을 위한 노력을 어떻게 실천하고 있는지에 대한 사례 및 경험에 대해 논의 ✓ (참가자들이 상기 질문에 대답을 순조롭게 이어나가지 못할 경우) 급식업체가 녹색/친환경을 위한 노력을 어떻게 실천하고 있는지에 대한 사례 및 경험에 대해 논의 ✓ 선행 문항에 대한 발언 내용에 따라서 자연스럽게 지속가능한 발전을 위한 노력에 대한 장애요인을 발언하도록 유도 <- 가격 및 비용이 언급된다면 적정가격에 대한 의견을 발언하도록 유도 ✓ 장애요인에 대한 발언이 정리되면 자연스럽게 이러한 노력의 촉진요인에 대해 발언하도록 유도	✓ 지속가능한 발전에 대한 장애요인과 촉진방안에 대해 상반되는 의견이 있을 경우, 이에 대해 추가 질문 실시
10분	55분	**Q 지속가능한 발전을 위한 노력의 성과(효과)는 어떻게 평가되고 있는가?** ✓ 급식업체가 지속가능한 발전을 위한 노력을 통해 얻을 수 있는 성과(효과)에 대해 논의	✓ 부정적인 측면과 긍정적인 측면 모두 논의될 수 있도록 질문
15분	70분	**Q 지속가능한 발전을 위한 노력은 향후 어떻게 진행될 것으로 예상되는가?** ✓ 급식업체가 향후 지속가능한 발전을 위한 노력을 실천할 필요성이 있는지에 대해 논의 ✓ 향후 급식업체의 지속가능한 발전을 위한 노력을 적극 실천할 의도가 있는지에 대해 논의 ✓ 이러한 실천의도에 영향을 미치는 요인에 대해 논의 (TPB 요인 반영) ✓ 급식업체의 지속가능한 노력에 대한 소비자들의 인식과 이용의도에 의견이 발언되도록 유도	✓ 실천의도가 있을 경우와 없을 경우 이에 영향을 미치는 요인 상의 차이를 파악할 수 있도록 질문 ✓ TPB의 행동의도에 영향을 미치는 선행요인들에 대한 의견이 발언될 수 있도록 질문 유도
10분	80분	<인터뷰 정리> ✓ 인터뷰 내용을 정리하고 참가자들에게 감사의 인사말 전달 ✓ 인터뷰 참가자들을 대상으로 신상에 대한 간단한 설문지 배포 후 작성, 회수 ✓ 답례품 전달	✓ 추후 필요 시 추가 인터뷰 ✓ (in-depth interview)가 진행될 수 있음을 언급하여 이에 대한 신청 접수

표 부록

표 부록 1. 소비자 이용의도에 대한 조절변수의 확인적 요인분석(n=548)

조절요인	Cronbach's α	표준화 요인적재량	t-값	적합도 지수
건강한 식생활 실천(Healthy Diet Practices, HDP)				
HDP1	.841	.664	–[1]	
HDP2		.672	13.307***	χ^2(df)=145.6(14)
HDP3		.629	12.583***	p<.001
HDP4		.677	13.392***	RMSEA=.131 GFI=.920
HDP6		.626	12.545***	TLI=.852 CFI=.902
HDP7		.607	12.220***	
HDP8		.760	14.649***	
친환경 식생활 실천(Eco-friendly Diet Practices, EFDP)				
EFDP1	.874	.783	–[1]	
EFDP2		.772	18.434***	χ^2(df)=200.6(14)
EFDP3		.646	15.087***	p<.001
EFDP4		.645	15.048***	RMSEA=.156 GFI=.896
EFDP6		.615	14.269***	TLI=.838 CFI=.892
EFDP7		.713	16.855***	
EFDP8		.753	17.915***	

[1] 비표준화 인과계수(estimate)를 1로 고정시킨 경우로 t값과 p값이 도출되지 않음

표 부록 2. 소비자 이용의도에 대한 개별 잠재요인 측정모형의 확인적 요인분석(n=548)

잠재요인	Cronbach's α	표준화 요인적재량	t값	적합도 지수
태도(Attitude, AT)				
AT1		.756	–[1]	χ^2=0 df=0[2]
AT2	.832	.844	16.824***	
AT4		.785	17.067***	
행동적 신념 x 결과평가(Behavioral Belief*i* x Outcome Evaluation*i*, BB*i*OE*i*)				
BB1OE1		.885	–[1]	χ^2(df)=174.6(9) p<.001 RMSEA=.141 GFI=.957 TLI=.944 CFI=.972
BB2OE2		.892	29.508***	
BB3OE3	.913	.778	22.960***	
BB5OE5		.702	19.481***	
BB6OE6		.867	27.941***	
주관적 규범(Subjective Norm, SN)				
SN1		.931	–[1]	χ^2=0 df=0[2]
SN2	.953	.958	43.160***	
SN3		.913	37.657***	
규범적 신념체계(Normative Belief*i* x Motivation to Comply*i*, NB*i*MC*i*)				
NB1MC1		.814	–[1]	χ^2=0 df=0[2]
NB2MC2	.914	.970	27.026***	
NB3MC3		.873	25.059***	
지각된 행동통제(Perceived Behavioral Control, PBC)				
PBC1		.850	–[1]	χ^2=0 df=0[2]
PBC2	.926	.924	28.887***	
PBC3		.919	28.728***	
신념체계(Control Belief*i* x Power of Control*i*, CB*i*PC*i*)				
CB1PC1		.638	–[1]	χ^2=0 df=0[2]
CB2PC2	.795	.802	13.498***	
CB3PC3		.819	13.434***	

[1] 비표준화 인과계수(estimate)를 1로 고정시킨 경우로 t값과 p값이 도출되지 않음
[2] 측정항목이 3개인 경우 df=0임

표 부록 2. 소비자 이용의도에 대한 개별 잠재요인 측정모형의 확인적 요인분석(n=548)(계속)

잠재요인	Cronbach's α	표준화 요인적재량	t-값	적합도 지수
윤리적 규범(Personal Moral Norm, PN)				
PN1	.841		unidentified[1]	
PN3				
지각된 품질(Perceived Quality, PQ)				
PQ1		.890	–[2]	
PQ2	.892	.903	26.235***	χ^2=0 df=0[3]
PQ4		.784	22.406***	
행동의도(Intention, IN)				
IN1		.747	–[2]	
IN2	.828	.790	16.286***	χ^2=0 df=0[3]
IN3		.822	16.386***	

[1] 측정항목이 2개인 경우 df=-1로 unidentified임
[2] 비표준화 인과계수(estimate)를 1로 고정시킨 경우로 t값과 p값이 도출되지 않음
[3] 측정항목이 3개인 경우 df=0로 just-identified임

Abstract

Study on sustainable institutional foodservice from consumers′ and providers′ perspectives

Soyoung Kim
Department of Food and Nutrition
The Graduate School
Seoul National University

Considering the importance of institutional foodservice in modern dietary life and its influence on environment, sustainable development in institutional foodservice industry carries more significance. The current study was conducted by focusing on sustainable institutional foodservice from consumers′ and providers′ perspectives in Korea. This study consisted of two parts. The first part determined consumers' perception and patronage intention toward sustainable institutional foodservice based on the Theory of Planned Behavior (TPB). The second part dealt with a case of ′A′ contract foodservice company in relation to sustainable institutional foodservice by applying mixed methodology.

To determine consumers' perception and patronage intention toward sustainable foodservice, an on-line survey was conducted from October 21st to October 27th, 2011 to consumers aged 20 to 50 who have used institutional foodservice in university or business-and-industry (B & I)

settings during the three months before the survey. Out of 978 responses, 548 (70%) responses, which reported to use B & I foodservice more than 5 times a month on average, were analyzed. According to the results, consumers appeared to perceive the necessity of sustainable institutional foodservice highly, but their understanding and awareness were comparatively low. Main obstacles to sustainable institutional foodservice were found to be "institutional foodservice companies' lack of effort" and "lack of communication between consumers and companies." A total of 66% of consumers showed willingness to pay a premium on sustainable institutional foodservice, and the average premium was 820 won, which was approximately 21% of the supposed standard price, 4,000 won. Consumers' patronage intention toward sustainable institutional foodservice was well explained by the modified extended TPB model adding a path from subjective norm to perceived behavioral control. Impacts on consumers' patronage intention toward sustainable institutional foodservice were ranked to be personal norm, subjective norm, attitude, and perceived behavioral control. In addition, a mediating role of perceived behavioral control was newly found between subjective norm and patronage intention. Consumers' practice level of each healthy diet and eco-friendly diet showed significant moderating effects respectively, between perceived behavioral control and patronage intention, and between subjective norm and patronage intention.

Mixed methodology combining quantitative with qualitative studies was used to investigate a case of 'A' contract foodservice company in relation to the issues of sustainability/sustainable development. For the quantitative

study, an online survey was conducted to 362 dietitians who have worked at the company over a year. The survey went on from December 15th, 2011 to January 30th, 2012, and 202 responses were used for an analysis. For the qualitative study, focus group interviews and in-depth interviews were carried out during May, 2012 for the representative team members and a team leader of the company. According to the results, dietitians seemed to be unfamiliar with the terms "sustainability" or "sustainable development," whereas they understood the contents. They appeared to perceive the necessity of sustainable foodservice, but their awareness was significantly lower than that of consumers'. Dietitians seemed to be highly aware of impacts of institutional foodservice on economy, however, they appeared to lack understanding of its impacts on society and environment. They tended to highly regard "lack of government support" and "consumers' lack of perception" as main obstacles to sustainable institutional foodservice. In addition, cost and levy on work in daily operations were considered critical according to interview results. A total 88% of dietitians expected that the average meal price at sustainable institutional foodservice should be 5,720 won, about 32% higher than the supposed standard price of 4,000 won. It was revealed that the current practices implemented for sustainable institutional foodservice at the company were primarily those of which tangible outcomes on a short-term basis could be demonstrated. To successfully implement sustainable institutional foodservice in the future, the company seemed to need to share sufficient amount of knowledge and information with dietitians; to specify detailed practice guidelines for easy application of sustainable

institutional foodservice at field; and to enhance dietitians' intention to implement the practices. The biggest impact on dietitians' intention to implement the practices was found to be colleagues' and superiors' opinions at work. This result implied that both horizontal communication and vertical instruction systems should be required within an organization to motivate dietitians' intention. To realize sustainable institutional foodservice, it was also highlighted that not only company's efforts but also the close comprehension and cooperation of stakeholders including suppliers, consumers and client companies should be demanded.

The present study was the first attempt to study on sustainable institutional foodservice in Korea, and covered both consumers' and providers' perspectives. Along with relevant studies to be undertaken in the future, findings from this study will provide baseline data that will aid in understanding current status and drawing up realistic measures to vitalize sustainable institutional foodservice in Korea.

Keywords: Sustainable institutional foodservice, behavioral intention, contract foodservice company, business and industry (B & I) foodservice, Theory of Planned Behavior (TPB)

Student Number: 2009-30423

감사의 글

2009년 3월. 어느 봄날의 시절인연으로 익숙한 모든 것들을 떠나 그렇게 학교로 돌아오게 되었습니다. 처음엔 무척 낯선 시간들이었지만 지금 돌이켜 보면 그 시간들이 제게 준 의미를 잘 알 듯합니다. 두려움과 설렘이, 걱정과 기대가, 좌절과 희망이 교차했던 3년 남짓한 시간들이 다시 작은 결실을 맺을 수 있도록 격려와 도움을 주신 모든 분들께 감사의 말씀을 드립니다.

무엇보다도 제게 소중한 기회의 시간을 허락해 주신, 그리고 그 시간들이 영글 수 있도록 가르침 주신 윤지현 교수님께 진심으로 감사드립니다. 교수님을 알고 지낸 지난 20여 년간 고민과 방황의 순간마다 교수님께 의지했던 제 자신을 새삼 깨닫게 됩니다.

날카로운 예지와 통찰력으로 논문을 지도해 주신 백희영 교수님, 가까이서 뵌 교수님의 모습이 무척 따뜻했던 것을 기억합니다. 새롭고 넓은 학문적 시각을 열어 주신 여정성 교수님, 온화한 카리스마를 닮고 싶습니다. 늘 연구에 대한 열정이 무엇인지를 느끼게 해 주신 함선옥 교수님, 배려가 묻어나는 세심한 조언과 지도를 아끼지 않으신 추호정 교수님께도 진심으로 감사드립니다. 진정한 학자의 모습을 보여주시는 그러나 따뜻한 감성을 지니신 모수미 교수님께도 감사의 말씀을 드립니다. 또한 박사과정 동안 많은 조언과 격려를 주신 이연숙 교수님, 황인경 교수님, 권훈정 교수님, 지근억 교수님, 황금택 교수님, 한성림 교수님, 권영혜 교수님께도 깊이 감사드립니다. 좋은 논문을 쓸 수 있도록 기회를 주신 한영신 교수님과 김효규 교수님, 촉박한 일정에도 연구에 도움주신 김길수 전무님, 장성호 원장님, 이상현 팀장님 이하 영양사님들께도 감사의 마음을 전합니다.

동행의 소중한 기억을 공유한 푸드서비스·마케팅 연구실의 선배님, 후배님들께도 감사의 인사를 드립니다. 함께 한 추억이 많은 영미, 수연이, 해림이,

중원이, 진영이, 형준이, 끈끈한 정으로 새롭게 뭉친 인주 형님, 미영이, 뜻밖의 인연이 반가운 지유 선생님, 많은 시간을 함께 하지 못해 아쉽지만 격려와 응원 주신 조혜영 과장님, 김원경 선생님, 심재은 선생님, 김양숙 선생님, 한규상 선생님, 김지혜 선생님, 홍희은 선생님께 그리고 윤재에게도 감사의 마음을 전합니다. 본 연구의 씨앗이 된 프로젝트 때부터 물심양면 도와주신 초롱 박사님, 소연 박사님, 선우 박사님께도 고맙습니다.

침묵까지도 이해해주는 배꼽친구 경화, 민숙이, 소연이, 연희, 은경이, 진정한 힐링캠프 성연 언니, 희정 언니, 늘 반가운 후배 상화, 세희, 여명이, 인순이, 현영이, 현진이, 상은이, 우쉐프와 조우, 청출어람 청어람 나래, 지선이, 소언이, 온이, 유리, 혜준이도 든든한 위로가 되어 주었습니다. 또한 늘 그 곳에 있어 몸과 마음을 쉬게 해 준 고마운 쉼터들도 추억으로 간직하겠습니다.

마지막으로 누구보다 저를 믿어주신 그리고 늦은 나이에 다시 시작한 딸의 동생의 조카의 학업에 마음 졸이셨을 부모님과 언니, 오빠, 큰이모, 삼촌, 인생의 또 다른 희로애락을 알게 해 주는 동거동락 유진이와 어느 샌가 꿈속에 찾아와 주시는 그리운 할머니, 그리고 조카들에게도 감사드립니다. 부족하나마 이 논문은 가족이란 이름으로 제 모든 선택을 이해해주고 보듬어 주신 당신께 바칩니다. 사랑합니다. 이제는 제가 드리겠습니다.

2012년 7월

김 소영 드림