

건강원에서 제조한 건강음료에 대한 주부의 인식, 관심 및 소비에 관한 연구

김 현 아* · 박 복 희

목포대학교 생활과학대학 식품영양학과

A Study on Housewives' Perception, Interest and Consumption of Health Drinks Made in a Health Food Stores

Hyeon-A Kim,* Book Hee Park

Department of Food and Nutrition, Mokpo National University, Chonnam, Korea

ABSTRACT

This study was conducted to investigate housewives' perception, interest and consumption of health drinks made in a health food stores, and to assess the relationship between nutritionally-related-variables and the consumption of health drinks. Data was collected from 518 housewives in Chonnam province. Among many items which housewives perceived about health drinks, three factors of 'preference · health-care', 'quality · convenience' and 'price' were found to be represented. Housewives' perception of 'preference · health-care' was negatively correlated with nutritional knowledge. However, a positive correlation between the 'quality · convenience' and eating habits was found. Consumption of health drinks was positively correlated with the diet management score, the perception and interest in health drinks. However, the inverse relationship between consumption of health drinks and nutritional knowledge was observed. Multiple regression analysis showed that the interest and factors of perception of health drinks had influence on the consumption of health drinks. Consumption of health drinks was not based upon accurate knowledge concerning nutrition, but was based upon the consumers' perception of taste preference and healthful quality. Therefore, there is a need to educate consumers about the nutritional value of health drinks and how to use nutritional supplements. (*Korean J Community Nutrition* 3(1) : 107-115, 1998)

KEY WORDS : perception · interest & consumption of health drinks · eating habit · nutritional knowledge · diet management.

서 론

우리 조상들은 옛부터 화채, 수정과, 식혜 등의 음료

를 가정에서 제조하여 즐겨 음용해 왔으며, 그 외에도 고유의 음료로서 곡류, 과일류, 화근피류를 이용하는 다양한 전통 대용차를 음용해 왔다(심상룡 1980). 그러나 사회가 점차 산업화 서구화 되면서 차보다 커피 마

*Corresponding author : Hyeon-A Kim, Department of Food and Nutrition, Mokpo National University, Chonggyemyon, Muan-gun, Chonnam 534-729, Korea
Tel : 0636) 450-2525, Fax : 0636) 453-4844

시기를 일상화 하여 커피의 수입량은 증가 추세에 있다 (농수축산 신보사 1988). 최근에는 국민생활 수준의 향상으로 음료에 대한 기호도 변화하여 단순한 청량감을 주는 콜라, 사이다의 소비는 줄어 들고 차츰 천연물을 주원료로 한 제품인 식혜, 수정과 등의 판매량이 증가되고 있으며, 한국 고유음료의 개발에 관한 체계적인 연구가 시도되고 있다(김옥경 등 1992; 이부용 등 1992; 이혜선·이서래 1993; 최성희·류미라 1992). 한편, 건강에 관한 관심이 높아지면서 영양보충제나 건강 보조 식품의 복용이 점차 증가하여 미국의 경우 전체 인구의 35~69%가 영양보충제를 복용하고 있다고 보고되고 있으며(Bender 등 1992; Stewart 등 1985), 우리 나라도 1995년 국민영양조사 결과(보건복지부 1997) 대상자의 13%가 영양제, 보약, 건강보조식품 등을 섭취하고 있다고 보고 되었다.

요사이 건강원에서 가압술을 이용하여 포도, 배, 호박 등의 생채소나 과일로 만든 음료를 주문제조해 복용하는 가정이 늘고 있다. 이들 음료는 채소 및 생과일을 수세하여 균일한 크기로 절단한 후, 110℃ 에서 가열한다. 가압술의 압력이 8Lb/cm²까지 올라가면 불을 끄고 가압술의 압력을 저하시킨 후, 증기가 빠지면 착즙기로 즙을 짜서 레토르트 파우치팩에 일정량씩 포장하여 주문 판매한다. 이러한 음료는 다른 건강보조식품과는 달리 제철에 많이 출하되는 식품을 저장 가공한 것이므로 천연식품을 주원료로 한 음료라는 점에서는 바람직하다 할 수 있다. 그러나 각 건강원마다 표준화되지 않은 방법으로 제조되고 있으며, 추출시 여러 영양성분의 파괴, 잔존량 및 저장 기간에 따른 변화 등에 대해서 거의 알려진 보고가 없이 소비되고 있는 실정이다. 또한, 이들 건강음료에 대한 소비자의 인식이나 관심도가 체계적으로 파악되지 못했고, 건강음료의 섭취와 식생활과의 관계에 대한 연구도 거의 없다. 스스로의 처방에 의한 비타민·무기질 보충제의 복용을 통해 건강을 추구하고자하는 행위가 중요한 영양문제로 제기되고 있는 점을 고려할 때(김선호 1994; 이상선 등 1990; Read 등 1992), 건강음료의 소비실태 파악과 건강음료에 대한 인식이나 관심에 대한 조사 및 식생활과의 관계에 대한 연구를 통해 건강음료 섭취에 대한 영양교육의 자료를 수집하는 과정이 필요하다고 사료된다.

이에 본 연구에서는 가족을 위해 이들 건강음료의 구입을 결정한다고 생각되어지는 주부들을 대상으로 건강원에서 주문 판매되고 있는 건강음료에 대한 인식과

관심을 파악하고 주부의 일반특성이나 영양관련 변수(주부의 식습관, 영양지식, 식생활관리태도)와 어떠한 관계가 있는지 조사하였다. 또한 건강음료의 소비실태 및 이들 변수들과 건강음료 소비정도와의 관계를 규명하여, 건강음료의 섭취에 대한 영양교육의 기초자료를 마련하고자 한다.

조사대상 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 전남지역에 거주하는 주부이며, 조사도구의 작성을 위해 면접과 질문지를 통하여 예비조사를 실시한 후, 일부를 수정보완하여 본 조사를 실시하였다. 본 조사의 기간은 1996년 6월 5일~6월 30일까지로 훈련된 조사원에 의해 총 800부를 배부하여 회수된 설문지는 518부였다.

2. 조사도구

본 연구의 조사도구는 일반사항, 영양지식, 식습관, 식생활관리태도, 건강음료에 대한 인식, 관심도, 소비정도 등을 묻는 7개 부분으로 구성되었다.

1) 영양지식

영양지식을 묻는 문항은 선행 연구자들(김혜영 등 1995; 하태열 등 1995)의 방법으로 식품의 영양소 성분, 영양소의 기능, 균형식, 건강에 관한 지식 등을 평가하기 위한 20개 문항을 설정하였다. 각 문항에 대한 응답은 '그렇다', '잘 모르겠다', '아니다' 등으로 대답하게 하여 긍정적인 문제에서는 각각 1, 0, -1점으로 평가하였고, 부정적인 문제에서는 -1, 0, 1점으로 평가하여, 각문항의 점수를 합산한 값을 영양지식의 점수로 하였다. 이때 가능한 최고점수는 20점이며, 최저점수는 -20점이다. 인지도와 정확도는 김화영(1984)의 방법으로 하였다. 즉 '그렇다', '아니다'로 대답한 것은 나름대로 그 질문에 대한 지식이 인지되어 있다고 판정하여 전체 문항에 대한 '잘 모르겠다' 이외에 답한 문항수의 백분율로 인지도를 산출하였고 인지된 지식 중에서 맞는 답의 비율로 정확도를 산출하였다. 또한 전체 문항수에 대한 맞는 답의 비율을 정답율로 하였다.

2) 식습관

주부의 식습관 조사 및 평가는 Atachi에 의해 제시된 방법을 보완한 문수재 등(1994)의 방법을 참고하였

으며 주부의 식사태도, 반찬의 조화 및 생활 습관 등을 묻는 문항으로 구성되었고, 가능한 점수는 0~110점이다.

3) 식생활관리 태도

가족의 식생활을 관리하는 관리자로서의 태도를 묻는 식생활 관리태도는 식생활비 계획, 식품구입, 식단 작성 및 평가, 영양소 보존을 위한 조리법, 가족의 간식 마련, 주방내 조리대 및 조리기구의 배치, 가계부 기입 등의 내용을 포함한 총 10문항으로 구성되었으며, 선행 연구자들의 방법(문수재 · 이민준 1987; 현기순 1987)을 참고하였다. 가능한 점수는 10~50점이며, Cronbach's coefficient α 가 0.66 이었다.

4) 건강음료에 대한 인식 및 관심도

조사대상자의 건강음료에 대한 인식 및 관심도를 묻는 문항은 각각 9문항, 4문항으로 구성되었으며 선행 연구자의 방법(김미향 등 1988; 남궁석 등 1994; 안숙자 1989; 한왕근 · 이귀주 1991)을 참고하였다. 각 문항에 대하여 5점 척도로 답하게 하였으며, Cronbach's coefficient α 는 각각 0.82, 0.90 이었다.

5) 건강음료의 소비정도

건강음료를 구입한 경험이 있는지를 조사하고, 예비 조사를 통해 주로 판매되는 것으로 알려진 배즙, 포도즙, 호박즙, 양파즙, 사과즙, 매실즙 및 기타 자신이 구입한 경험이 있는 음료를 구입한 후 구입빈도를 5점 척도로 답하게 하여 건강음료의 구입정도를 구하였다.

3. 자료의 분석

자료의 분석은 SPSS/PC+ 프로그램을 이용하였으며, 빈도, 백분율, 평균을 구하고 요인분석, 상관관계, 일원변량분석, t-test, Duncan 다중분석, 회귀분석, 신뢰도 검증 등을 실시하였다(김범중 1994)

결과 및 고찰

1. 조사대상의 일반적 특성

조사대상자를 거주지별로 구분하면 도시 거주자가 76.0%, 농어촌이 24.0%였다. 조사대상자의 52.8%가 40대였고, 50대 이상이 23.5%로 전체 조사자의 86.3%가 40대 이상의 주부였다. 학력별로는 고등학교 졸업자가 가장 많았고 다음이 중학교 졸업으로 고졸이하가 전체 대상자의 85.4%였으며, 전체조사대상자의 44.0%가

Table 1. Socio-economic characteristics of subjects

Socio-economic characteristics	N	%
Residence		
Urban	314	76.0
Rural	99	24.0
Age		
20 - 29	44	8.6
30 - 39	77	15.1
40 - 49	270	52.8
50 ≤	120	23.5
Occupation		
Employed	228	44.0
Unemployed	290	56.0
Education level		
≤Elementary	67	13.0
Middle	122	23.7
High	250	48.6
College & university	75	14.6
Income(10,000won/month)		
<70	35	6.9
70 - 119	135	26.8
120 - 169	145	28.8
170 - 219	97	19.2
220 ≤	92	18.3
Food expense(10,000won/month)		
<30	107	20.9
30 - 49	179	35.0
50 - 69	128	25.0
70 ≤	97	19.0

취업주부였다. 가정 월수입은 70~170만원 사이가 전체 조사대상자의 55.6%였으며, 월 평균 식비는 30~50만원대가 가장 많았다(Table 1).

2. 건강음료에 대한 인식

Fig. 1은 '건강원에서 제조한 건강음료에 대한 다음 9문항에 대해 당신은 어떻게 생각하십니까?' 라는 질문으로 건강음료에 대해 주부가 가지고 있는 인식도를 5점 척도로 조사한 결과이다. '편리하다'가 가장 높은 점수를 나타내었고, 다음으로 '포장상태가 우수하다', '건강에 좋다' 순으로 높았다. 인식도가 가장 낮은 항목은 '가격'이었으며, 다음으로 '맛이 있다', '믿을 수 있다'의 순으로 낮았다. 이는 김미향 등(1988)의 연구에서 인스턴트 식품은 편리하기는 하나 건강에는 좋지 않다는 견해를 보인 것과는 달리, 건강음료는 편리하기도 하고 건강에도 좋다고 생각하는 것으로 나타났다. 그러

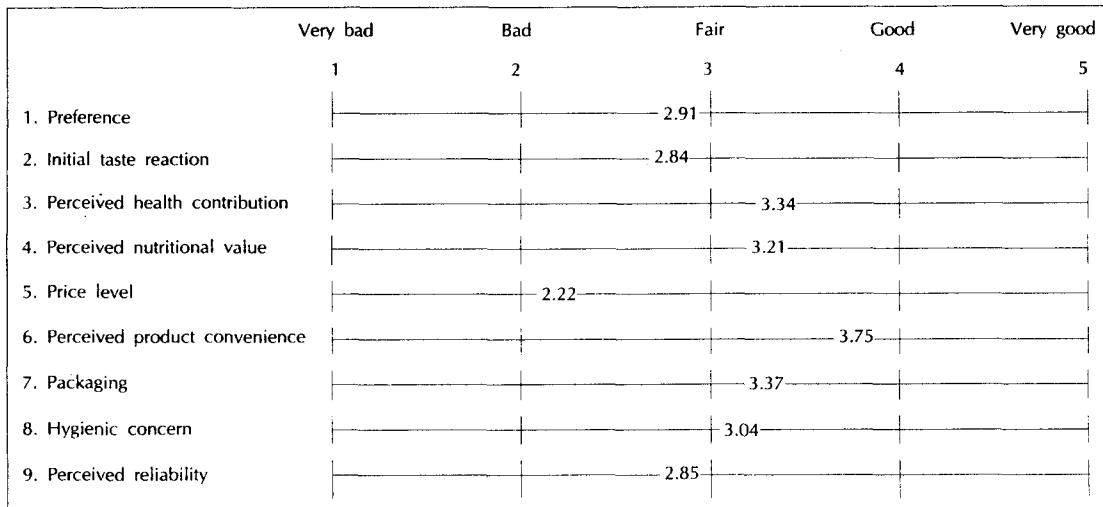


Fig. 1. How do housewives perceive health drinks?.

Table 2. Factor analysis for the perception of health drinks

Perception for health drinks	Factors			h ²
	Factor 1 ¹⁾	Factor 2 ²⁾	Factor 3 ³⁾	
1. Preference	.828	.064	.063	.695
2. Initial taste reaction	.734	.172	.107	.580
3. Perceived nutritional value	.716	.206	-.336	.669
4. Perceived health contribution	.712	.144	-.434	.716
5. Perceived reliability	.541	.536	-.034	.582
6. Packaging	.153	.851	-.092	.758
7. Hygienic concern	.317	.772	.016	.697
8. Perceived product convenience	-.003	.720	-.119	.533
9. Price level	.027	-.096	.911	.840
Eigen value	3.709	1.332	1.027	
% of variables	41.2	14.8	11.4	
Cumulative %	41.2	56.0	67.4	

1) Preference · health-care 2) Quality · convenience 3) Price

나 현재 건강원에서 제조되는 건강음료는 각 건강원마다 표준화되지 않은 방법으로 제조되고 있으며, 추출시 여러 영양성분의 파괴, 잔존량 및 저장 기간에 따른 변화 등에 대해서 거의 알려진 보고가 없어 이에 대한 분석과 그 결과를 바탕으로 한 영양교육이 필요한 것으로 사료된다. 본 연구에서 '믿을 수 있다'가 비교적 낮은 점수를 보인 것도 부분적으로 이러한 이유 때문으로 생각된다.

건강음료에 대한 여러가지 인식을 유형화하기 위해 총 9문항을 요인분석(factor analysis) 하였다. 요인분석에 사용된 요인모형(factor model)은 요인 추출방법 중 일반적으로 사용되는 주성분 분석방법(principal

component analysis)이며, 요인회전(factor rotation)은 직교회전(Varimax)을 한 후 eigen value가 1.0 이상인 3개의 요인을 추출하여 Table 2와 같이 명명하였다. 즉, 요인1에는 좋아한다, 맛이있다, 영양이 좋다, 건강에 좋다고 '기호·건강인자'라 하였고 요인2는 믿을수 있다, 포장상태가 우수하다, 위생적이다, 편리하다고 '품질·편리성인자'라고 하였으며, 요인3은 '가격인자'라 명명하였다. 각 요인별 내적 일관성을 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 측정한 결과 요인1은 0.81, 요인2는 0.74로 모두 신뢰할만한 것으로 나타났다. 기호와 건강이 상이한 두개의 인자로 유형화된 인스턴트 식품(김미향 등 1988)과는 달리 건강음료에

대한 인식은 '기호·건강인자'가 하나의 인자로 묶여져, 무공해 식품(남궁석 등 1994)과 비슷한 양상이었다. 또한, 인스턴트 식품에서는 '편리하다'라는 인식이 상대적으로 요인 부하량이 낮아 요인으로 추출되지 못하였으나(김미향 등 1988), 건강음료는 품질과 편리성이 하나의 인자로 묶여졌다.

인식도는 사회·경제적 변수 중 거주지에 의해 영향을 받아 시골에 거주하는 주부들이 도시에 거주하는 주부에 비해 인식도가 높았다($p < 0.01$). 식습관을 제외하고 영양관련변수들은 건강음료에 대한 인식도와 음의 상관관계를 보였다. 이를 요인별로 살펴보면 '기호·건강인자'는 영양지식점수, 영양지식의 정확도와 음의 상관관계를 보여($p < 0.01$), 영양지식이 낮거나, 자신이 알고 있다고 생각하지만 잘못 알고 있는 주부들일수록 건강음료가 맛있다거나 건강에 좋다고 여감을 알 수 있었다. 즉, 정확한 영양지식이 없는 주부들이 영양과는 상관없이 맛에 대한 인식이 높거나, 옳지 않은 지식을 가지고 건강음료가 영양적으로 우수하다고 생각한다고 볼 수 있다. '품질·편리성인자'에 대한 인식은 식생활관리 점수와는 음의 상관관계를($p < 0.05$), 식습관점수와 양의 상관관계를 보였다($p < 0.01$). 또한 전체적인 인식도는 식습관 점수와는 양의 상관관계를 ($p < 0.05$), 영양지식의 정확도와는 음의 상관관계를 보였다($p < 0.05$)(Table 3). 건강음료에 대한 전체적인 인식도가 식습관 점수와 양의 상관관계를 보인 것은 주부들이 건강음료를 잘못된 식생활을 보정할 수 있는 건강추구의 한 방법으로 생각하는 것은 아니라고 유추할 수 있어 바람직하다 할 수 있다. 그러나 영양지식의 정확도와 건강음료에 대한 인식도가 음의 상관관계를 보인 것은 정확한 영양지식이 없이 건강음료에 대해 판단할 수 있으므로 건강음료에 대한 올바른 인식을 위해서는 영양교육이 필요하다고 사료된다.

3. 건강음료에 대한 관심도

건강음료에 대한 관심도는 식생활관리 점수와 양의

Table 3. Correlation coefficients of the perception of health drinks with nutritionally-related-variables

Nutritionally-related-variables	F1 ¹⁾	F2 ²⁾	F3 ³⁾	Perception
Diet management score	-0.0245	-0.0938*	-0.0329	-0.0699
Eating habit score	0.0754	0.1293**	0.0210	0.1150*
Nutritional knowledge score	-0.1128**	-0.0108	0.0215	-0.0694
Accuracy of knowledge	-0.1513***	-0.0259	0.0324	-0.0913*
Perceived knowledge	-0.0623	-0.0088	-0.0430	-0.0464

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

1) Preference · health-care 2) Quality · convenience 3) Price

상관관계를 보여($p < 0.01$) 식생활관리를 잘하는 주부들이 건강음료에 대한 관심도 높은 것으로 나타났다. 또한 영양지식의 인지도와도 양의 상관관계를 보여($p < 0.05$). 영양지식문항에 '아니다' 혹은 '그렇다'로 대답하여 나름대로 그 질문에 대한 지식이 인지되어 있다고 판정된 주부들이 건강음료에 대한 관심이 있다고 판단된다. 건강음료에 대한 전체적인 인식도와 관심도는 높은 양의 상관관계를 보여($r = 0.47$). 건강음료에 대한 인식이 좋을수록 관심도도 컸다. 인식도의 각 요인들도 모두 관심도와 양의 상관관계를 보여 '기호·건강인자', '품질·편리성인자', '가격인자'에 대한 인식이 좋을수록 건강음료에 대한 관심도가 컸다(Table 4).

4. 건강음료의 소비정도

전체 조사대상자의 60.6%가 건강음료를 구입하여 섭취한 경험이 있다고 응답하였다(Table 5). 또한 누구를 위하여 건강음료를 구입하느냐는 질문에는 남편이 24.1%로 가장 높았고, 다음으로 자녀, 자신, 부모님의 순이었다. 기타 의견으로는 선물용, 형제, 친척 등이 있었다. 또한 건강음료의 종류별로는 호박즙, 매실즙, 포도즙 등의 소비율이 높았다.

Table 4. Correlation coefficients of interest with nutritionally-related-variables and perception of health drinks

Variables	Interest
Diet management score	0.1536**
Eating habit score	-0.0397
Nutritional knowledge score	0.0280
Accuracy of knowledge	-0.0221
Perceived knowledge	0.1120*
F1 ¹⁾	0.4631***
F2 ²⁾	0.3626***
F3 ³⁾	0.1164*
Perception degree	0.4704***

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

1) Preference · health-care

2) Quality · convenience 3) Price

조사대상자의 일반특성에 따른 건강음료의 소비정도의 차이는 Table 6과 같다. 거주지, 주부의 취업유무, 교육정도에 따른 건강음료의 소비정도는 차이가 없었으며 나이, 식생활비, 월 총소득이 건강음료의 소비정도에 유의하게 영향을 미치고 있었다. 나이에 따른 건강음료의 소비정도는 50대이상>40대>30대>20대순이었으며 40대 이상의 주부들이 20대에 비해 유의적으로 소비정도가 높았다. 또 식생활비나 월 총소득이 높을수록 건강음료의 소비정도가 높은 것으로 나타났다.

따라서 나이가 많고 경제적으로 다소 여유있는 층에서 건강음료를 많이 이용함을 알 수 있었다.

관련변수들과 건강음료의 소비정도 간의 상관관계는 Table 7과 같다. 영양관련변수 중 건강음료의 소비정도와 상관관계를 보인 것은 식생활관리점수와 영양지식점수 그리고 영양지식의 정확도였다. 식생활관리 점수는 건강음료 소비정도와 양의 상관관계를 보여 식생활관리를 잘하는 주부가 건강음료의 소비정도도 높았다. 또한 영양지식 점수와 정확도(인지된 지식 중 정답

Table 5. Consumption of health drinks

Have you ever purchased health drinks? (N(%))							
Yes				No			
314 (60.6)				204 (39.4)			
Whom do you purchase health drinks for? (N(%))							
Parents		Husband		Children		Herself	Others
20 (6.8)		130 (44.7)		55 (18.9)		43 (14.8)	43 (14.8)
Consumption of health drinks (Mean)							
Pear juice	Grape juice	Pumpkin juice	Onion juice	Apple juice	Japanese apricot juice	Fig juice	Others
2.76 ¹⁾	3.15 ¹⁾	3.65 ¹⁾	2.39 ¹⁾	2.69 ¹⁾	3.43 ¹⁾	2.50 ¹⁾	1.35 ¹⁾

1) Possible range : 1 - 5

Table 6. The consumption of health drinks by socio-economic characteristics

Variables	Group	Consumption of health drinks		
		Mean	F value	D ¹⁾
Residence	Urban	14.89	.25 ²⁾	
	Rural	15.07		
Age	20 - 29	12.95	2.14*	b
	30 - 39	14.47		ab
	40 - 49	15.04		a
	50 ≤	15.72		a
Occupation	Employed	14.98	.18 ²⁾	
	Unemployed	14.88		
Education level	≤Elementary	14.16	1.18	
	Middle	15.68		
	High	15.03		
	College & university	14.31		
Income	<70	12.46	4.50*	b
	70 - 119	13.96		b
	120 - 169	15.42		a
	170 - 219	16.32		a
	220 ≤	16.45		a
Food expense	<30	13.32	4.92*	c
	30 - 49	14.70		bc
	50 - 69	15.28		ab
	70 ≤	16.58		a

1) Duncan's multiple range test 2) t-value by t-test *p<0.05

의 비율)와는 음의 상관관계를 보여, 영양에 대해 잘 모르고 건강음료를 섭취하거나 잘못된 지식을 가지고 섭취하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 또한 건강음료에 대한 전반적인 인식이 좋을수록, 건강음료에 대해 관심이 많을수록, 건강음료를 더 많이 소비하는 것으로 나타났다. 건강음료에 대한 인식의 요인별로 보면 '기호·건강인자'에 대한 인식이 높을수록 건강음료의 소비가 많은 것으로 나타났으나 Table 3에서 '기호·건강인자'에 대한 인식은 정확한 영양지식에 의한 판단이 아님을 지적하였다. 즉, 주부들은 건강음료를 구입할 때 정확한 영양지식에 근거하여 구입, 섭취한다기보다는 주부 자신의 기호도와 건강에 좋을 것이라는 인식에 근거한다고 할 수 있다.

각 변수들과 건강음료의 소비정도 간의 관련성을 알아보기 위하여 건강음료의 소비정도를 종속변수로 하

고, 건강음료의 소비정도와 유의한 상관관계를 보인 식생활관리 점수, 영양지식 점수, 영양지식의 정확도, 건강음료에 대한 전반적인 인식, 3개의 요인에 대한 인식, 관심도를 각각 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다(Table 8). 소비정도를 영양관련변수별로 살펴 본 결과 식생활관리 점수에서만 유의하였다($p < 0.001$). 그러나 회귀식의 설명력은 4.7%로 낮았다. 그리고 건강음료에 대한 인식과 관심도에 따른 소비정도는 건강음료에 대해 긍정적일수록($p < 0.001$), 관심이 많을수록($p < 0.001$), 건강음료의 소비정도가 높았고, 건강음료의 '기호·건강인자'에 대한 인식이 긍정적일수록 소비정도가 높았다($p < 0.001$). 따라서 건강음료에 대한 관심과 인식, 특히 '기호·건강인자'에 대한 인식이 정확한 영양지식에 근거하여 이루어질 수 있도록 교육되어야 할 것으로 사료된다.

Table 7. Correlation coefficient of consumption with nutritionally-related-variables and perception of health drinks

Variables	Consumption
Diet management score	0.1468**
Eating habit score	-0.0227
Nutritional knowledge score	-0.1230**
Accuracy of knowledge	-0.1397**
Perceived knowledge	-0.0204
F1 ¹⁾	0.3420***
F2 ²⁾	0.2034***
F3 ³⁾	0.0264
Perception degree	0.3022***
Interest	0.3795***

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

1) Preference · health-care

2) Quality · convenience 3) Price

요약 및 결론

전남지역에 거주하는 주부들을 대상으로 건강원에서 주문 판매되고 있는 건강음료에 대한 인식, 관심 및 소비실태와 주부의 일반특성이나 영양관련 변수(주부의 식생활태도, 영양지식, 식생활관리태도)와의 상관관계를 조사한 결과는 다음과 같다.

1) 주부들은 건강원에서 판매하는 건강음료가 매우 편리하고 포장상태가 우수하며 건강에 좋다고 생각하고 있는 반면 가격은 비싼 편이라고 생각하고 있었다. 건강음료에 대한 여러가지 인식을 요인분석한 결과 '기호·건강인자', '품질·편리성인자', '가격인자'로 함축되었다.

2) 주부들의 건강음료에 대한 인식중 '기호·건강인

Table 8. The consumption of health drinks by nutritionally-related variables, perception and interest of health drinks

Variables	Consumption of health drinks			
	B (Beta)	B (Beta)	B (Beta)	B (Beta)
Diet management score	.183(.169)**			
Nutritional knowledge score	-.123(-.083)			
Accuracy of knowledge	-.144(-.078)			
Perception		.322(.286)**		
F1 ¹⁾			.694(.318)**	
F2 ²⁾			.086(.042)	
F3 ³⁾			-.342(-.042)	
Interest				.576(.370)***
R ²	.047	.082	.111	.137

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$

1) Preference · health-care 2) Quality · convenience 3) Price

자는 영양지식과 음의 상관관계를 보였고 '품질·편리성인자'는 식생활관리점수 및 식습관과 양의 상관관계를 보였다.

3) 식생활관리를 잘 할수록, 영양지식에 대한 인지도가 높을수록, 주부들의 건강음료에 대한 관심도가 높았고, 건강음료에 대한 인식이 좋을수록 관심도 많았다.

4) 전체 조사대상자의 60.6%가 건강음료를 구입하여 섭취한 경험이 있다고 응답하였고 남편을 위해 건강음료를 구입하는 비율이 가장 높았다. 또한 주부들이 많이 구입하는 건강음료는 호박즙, 매실즙, 포도즙 등 이었다.

5) 건강음료의 소비는 주부의 나이, 월수입, 식생활비에 의해 영향을 받아 나이가 많고 경제적으로 다소 여유있는 층에서 건강음료를 많이 이용하였다. 또한 식생활관리를 잘하는 주부일수록, 건강음료에 대한 인식이 좋을수록 건강음료에 대한 관심이 많을수록 건강음료를 많이 소비하였다. 그러나 조사대상자들의 영양지식과 건강음료의 소비정도는 음의 상관관계를 가졌다.

6) 회귀분석 결과, 건강음료의 소비에 영향을 주는 독립변수는 건강음료에 대한 관심도와 인식도였으며, 인식의 요인 중에는 '기호·건강인자'에 대한 인식이 건강음료의 소비에 영향을 주는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 종합해보면 주부들의 건강음료에 대한 관심과 인식은 각각 좋은 식생활관리와 식습관과 상관관계가 있어 주부들이 건강음료를 잘못된 식생활을 보상할 수 있는 건강추구의 한 방법으로 생각하는 것은 아니라고 유추할 수 있으며 이 점은 바람직하다 할 수 있다. 그러나 '기호·건강인자'에 대한 인식이 높을수록 건강음료의 소비가 높는데 반해 '기호·건강인자'에 대한 인식은 영양지식이 없이 성립된 것으로 나타나 주부들이 건강음료를 구입할 때 정확한 영양지식에 근거하여 구입한다기 보다는 주부 자신의 기호도와 건강에 좋을 것이라는 인식에 근거한다고 할 수 있다. 따라서 건강음료의 영양성분 분석을 바탕으로 하여 건강음료 섭취에 대한 영양교육이 필요하다고 생각되며 기호와 건강을 위해 이러한 건강음료의 소비가 이루어진다는 점을 고려할 때 건강음료 뿐만 아니라 다른 여러 영양보충제의 섭취에 대한 영양교육도 필요하다고 사료된다.

■ 감사의 글

본 연구는 1997년도 「한국과학재단 지정 서남권 식품가공연구 및 기술지원 센터」의 지원으로 이루어진 연구의 일부로 사의를 표합니다.

참고문헌

- 김미향·한재숙·이효수(1988) : 도시주부의 인스턴트 식품에 대한 인식 및 소비에 관한 연구. *대한가정학회지* 26 : 69-77
- 김범중(1994) : SPSS/PC' 사용법과 통계분석기법 해설. 학현사
- 김선효(1994) : 중년기의 비타민 무기질 보충제 복용 실태 조사. *한국영양학회지* 27 : 236-252
- 김옥경·궁성실·박원봉·이명환·함승시(1992) : 명일염 진초 및 생즙의 영양성분 분석. *한국식품과학회지* 27 : 592-596
- 김혜영·하태영·김영진(1995) : 전국 중학생 어머니의 영양태도와 식습관에 관한 조사. *한국영양학회지* 28 : 152-161
- 김화영(1984) : 대학생의 영양지식과 식습관에 관한 조사 연구. *한국영양학회지* 17 : 178-184
- 남궁석·이혜임·이정윤·김만수(1994) : 주부의 무공해식품에 대한 인식, 관심 및 소비에 관한 연구. *한국식품화학회지* 9 : 289-301
- 농수축산신보사(1988) : 한국식품연감, 사조사
- 문수재·이명희·이영미·조송숙·이민준·이송미(1994) : 영양교육·실무와 실습을 위한 핸드북 - pp.184. 효일문화사
- 문수재·이민준(1987) : 취업모의 식생활태도에 관한 연구. *연세대학논문집* 1 : 23-32
- 보건복지부(1997) : 95 국민영양조사결과보고서. pp.288-289, 문영사
- 심상룡(1980) : 약차와 생즙, 창조사
- 안숙자(1989) : 한국주부의 가공식품에 대한 인식 및 이용실태에 관한 연구. *한국조리과학회지* 5 : 75-91
- 이부용·김홍만·김철진·박무현(1992) : 구기자 및 혼합구기자 열수 추출 농축액의 리올로지적 특성. *한국식품과학회지* 24 : 599-602
- 이상선·김미경·이은경(1990) : 서울지역 성인의 영양보충제 복용실태. *한국영양학회지* 23 : 287-297
- 이혜선·이서래(1993) : 켄 오렌지주스의 중금속 함량 및 개봉 저장 중의 변화. *한국식품과학회지* 25 : 165-170
- 최성희·류미라(1992) : 시판 녹차로부터 Theanine 함량의 분석. *한국식품과학회지* 24 : 177-179
- 하태열·김혜영·김영진(1995) : 전국 중학생 어머니의 영양지식과 식습관에 관한 연구. *한국영양학회지* 24 : 10-18
- 한왕근·이귀주(1991) : 식품의 안전성 및 식품첨가물에 대한 소비자 인식에 관한 연구. *한국조리과학회지* 7 : 23-34
- 현기순(1987) : 식생활관리에 관한 실태조사. *서울대학교 가정대학 논문집* 3 : 87-103
- Bender MM, Levy AS, Schucker RE, Yetley EA(1992) : Trends in prevalence and magnitude of vitamin and mineral supplement usage and correlation with health

- status. *J Am Diet Assoc* 92 : 1096-1101
- Polk MR (1985) : The dietitian vs. Food faddism : an educational challenge. *J Am Diet Assoc* 85 : 1335-1337
- Read M, Schutz HG, Bendel R, Bhalla B, Harrill I, Mitchell ME, Sheehan ET, Standal BR(1992) : Attitudinal and demographic correlates of food supplementation practice. *J Am Diet Assoc* 85 : 855-857
- Read MH, Graney A(1982) : Food supplement usage by the elderly. *J Am Diet Assoc* 80 : 250-253
- Schutz HG, Read M, Bendel R, Bhalla VS, Harrill I, Monagle JE, Sheehan ET, Standal BR(1982) : Food supplement usage in seven western states. *Am J Clin Nutr* 36 : 879-901
- Stewart ML, McDonald JT, Levy AS, Schucker RE, Henderson DP(1985) : Vitamin/mineral supplement use : A telephone survey of adults in the United States. *J Am Diet Assoc* 85 : 1585-1590