

부산지역 학교급식의 이벤트 실시 현황

이경아^{*}
동아대학교 생활과학연구소

A Study on Special Events at School Foodservice Operations in the Busan Area

Kyung - A Lee^{*}

Research Institute Human Ecology, Donga University, Busan 604-714, Korea

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the status of implementing special events within school foodservice operations. A total of 359 questionnaires were distributed to dietitians employed at school foodservice operations in Busan from July 1 to 31, 2006 (response rate: 93%). The results indicated that approximately half of the respondents (47.7%) did not implement special events. The types of special events that foodservice operations had most frequently implemented were 'traditional festival day events' (19.0%), 'subdivisions of the season events' (18.3), 'seasonal events' (17.1%), 'school events' (13.0%), 'single day events' (10.2%). According to the dietitians' characteristics, older dietitians implemented 'healthy food events' more frequently than younger dietitians. 'Traditional festival day events' ($p < 0.05$) and 'subdivisions of the season events' ($p < 0.01$) were more frequently implemented in independently managed foodservices than in contract operations. On the other hand, 'international food events', 'gift events', and 'healthy food events' were more frequently implemented in contract foodservices than in independent operations ($p < 0.001$). Dietitians from elementary and middle schools implemented 'winter solstice', 'midsummer', 'children's day', and 'school foodservice day' events more frequently, whereas dietitians from high schools implemented 'midsummer', 'Valentine's day', and 'teacher's day' events more frequently. Most dietitians (94%) had never received education or training for special event marketing previously. Therefore, these results suggest there may be a need to develop educational programs on special event marketing for dietitians.

Key words : foodservice event, school foodservice, dietitian, training program

접수일 : 2008년 1월 30일, 채택일 : 2008년 4월 16일

^{*} Corresponding author : Kyung-A Lee, Research Institute Human Ecology, Donga University, 840 Hadan-dong, Saha-gu, Busan 604-714, Korea

Tel : 051)200-6494, Fax : 051)200-7305, E-mail : yika0108@hanmail.net

서 론

외식산업의 급속한 발달과 서구식 외식업체의 증가는 학생들에게 급식에 대한 다양한 경험을 하게 만들어서 학생들은 급식에서 음식 뿐 아니라 위생, 종사자의 서비스, 식당분위기 등과 같은 전반적인 서비스에 대한 기대수준이 높아졌으며 요구도 다양해지고 있다.

학교급식의 효과를 높이기 위해서는 급식대상자들의 학교급식에 대한 만족도를 높여야 하며 진정으로 고객이 원하는 것이 무엇인지를 찾아야 하는 것이 급식관리자가 해야 하는 역할이다. 여러 선행연구(Park 등 1997; Choi 2000; Park 등 2002; Lyu & Lee 2005)에서 대부분의 학교급식에서 잔식의 이유로 '맛이 없어서'가 가장 많았다고 보고하였고, Kim 등(2002)의 중학생의 급식만족도에 대한 연구에서는 학생들은 배식용기의 위생상태, 음식의 다양함, 음식의 양에 대한 만족도가 낮았다고 보고하였고, Kim 등(2003)의 연구에서도 학교급식에서 가장 바라는 사항은 음식의 맛과 다양한 음식 메뉴라고 보고하였다. 따라서 중학교급식에서도 다양한 메뉴제공과 다양한 욕구를 충족시켜 주기 위해서는 선택식단 도입 등이 고려되어야 함이 제시되기도 하였다(Han 2002). 이에 일부 중·고등학교 급식에서 복수(double) 식단체 또는 삼배수(triple) 식단체 도입으로 학생들의 식단에 대한 선택권을 부여하여 좋은 반응을 얻고 있다(www.garamfs.com). 외국의 연구에서도 학교급식 만족도에 영향을 주는 요소는 음식 맛, 음식의 다양함, 음식의 외관, 식당의 외형, 종사자의 친절함 등인데 이 중에서도 음식의 다양함이 학생들의 만족도에 가장 많은 영향을 준다고 보고하였다(Meyer & Cokin 1998; Meyer 2000). 따라서 급식 대상자들의 기호에 맞춘 메뉴 선택과 다양한 조리의 개발이 매우 중요한 과제가 되고 있다.

따라서 현재 여러 단체급식소에서는 많은 인원에 게 식사를 제공함으로써 다양성, 특화성이 미약하

고 개인 기호가 고려되지 않는 단체급식의 한계를 극복하고 고객만족을 실현하기 위한 마케팅 전략으로 이벤트를 활용하고 있음이 보고되고 있다(Yang 등 2004; Yang 등 2005; Bae 2006). 이벤트는 외식 산업이나 호텔 등의 현대산업 분야에서 일찍부터 이루어져 왔는데, 선행연구를 바탕으로 그 정의를 살펴보면 '뚜렷한 의도를 가진 주최자가 세부적인 목적을 달성하기 위해서 시행하는 비일상적인 쌍방향 커뮤니케이션 행위', '특정의 목적을 가지고 일상 생활에서 벗어날 수 있는 사전 계획된 사건을 유발하여 참가자의 자극을 유발하는 특별한 활동' 등으로 정의하고 있다(Kim 1999; Jung 등 2001). 하지만 단체급식 이벤트는 '단체급식의 지루함을 탈피하고 음식의 맛과 건강은 물론이고, 무형의 가치 등 고객의 다양한 욕구를 충족시키기 위하여 특별히 기념이 될 만한 날 등에 평소와는 색다른 메뉴 및 분위기를 제공하는 일'로 일반적인 이벤트와는 다소 다르게 정의되고 있다(Yang 등 2005). 단체급식 이벤트가 단기적으로는 식수 인원 증가로 매출 증대에 기여하며 장기적으로는 고객과의 관계유지, 고객만족도 향상, 급식소와 기업의 이미지 개선에 도움이 된다고 보고됨으로써(Kang 2002) 최근 들어 단체급식 시장에서 활성화되고 있는 실정이다.

그러나 고객만족과 매출증대 등을 위해 단체급식에서 이미 다양한 이벤트 활동이 이루어지고 있음에도 불구하고, 지금까지 단체급식 이벤트에 관한 연구로는 위탁급식업체가 운영하고 있는 산업체, 병원, 오피스 사업장을 대상으로 한 Yang 등(2005)의 이벤트 마케팅 수행실태조사 연구와 대구, 경북 지역 대학생을 대상으로 한 Bae(2006)의 이벤트 식단에 대한 선호도 조사연구 등이 수행되었을 뿐 학교급식에서의 이벤트 실시 현황에 관한 조사는 전무한 실정이다.

이에 본 연구에서는 부산지역 초·중·고등학교 급식소를 대상으로 이벤트 실시 현황을 조사하여 향후 학교급식에서 서비스 마케팅의 일환으로 이벤트를 계획하는데 기초자료로서 활용하고자 하였다.

연구방법

1. 조사대상 및 조사방법

조사대상은 부산지역 초·중·고등학교 급식소에 근무하는 영양사를 대상으로 (사)대한영양사협회 부산지부 교육에 참가한 영양사와 각 대학교의 영양교육대학원에 재학 중인 영양사를 포함하여 총 400명을 대상으로 하였다.

조사방법은 조사대상 영양사에게 설문지를 배부한 후 직접 기록하게 하는 자가기록방법을 이용하였다. 도움을 받아 설문지를 직접 또는 간접 배부하였으며 조사대상자들이 직접 설문지에 기록하게 하는 자가기록방법을 이용하였다.

본 연구의 조사기간은 2006년 7월 한달간 실시하였으며 배부된 총 400부의 설문지 중 372부(회수율 93%)가 회수되었으나 이들 중 설문지의 응답이 부적절한 13부를 제외한 359부가 분석자료로 사용되었다.

2. 조사내용

본 연구를 위한 설문지는 이벤트에 관한 선행 연구(Yang 등 2005; Bae 2006)를 참조하고 위탁급식회사를 비롯한 단체급식에서 실시되고 있는 이벤트에 대한 자료를 수집한 후 설문지를 작성하였다. 작성된 설문지는 학교급식 영양사 20명을 대상으로 예비조사를 한 후 본 연구자가 수정 보완한 후 개발하였다.

본 연구의 설문내용은 조사대상자의 일반사항은 연령, 경력, 학력, 급여 등과 같은 영양사 특성과 운영형태, 배식방법, 총급식수, 식단가, 급식종사원의 수와 같은 급식소특성으로 구성하였다. 이벤트 실시 현황에서는 이벤트 실시빈도 및 홍보방법을 조사하였으며 단체급식에서 진행되고 있는 이벤트를 계절 이벤트, 세계요리 이벤트, 명절 이벤트 등의 13개 그룹으로 구분한 후 각각의 이벤트 실시 현황을 파악하였다. 이벤트를 실시하는 구체적인 날을 월별로

4~8개를 제시한 후 실시했던 날에 대해 복수응답하도록 구성하였다. 또한 이벤트 실시를 위한 교육에 관해 교육 경험여부와 영양사 및 조리원에 필요한 교육 항목으로 구성하였다.

3. 통계처리방법

통계처리는 SPSS PC V10.0을 이용하여 처리하였다. 각 항목에 대한 빈도와 백분율을 구하였고 초·중·고등학교 급식소에 대한 영양사특성 및 급식소 특성을 파악하였으며 영양사 특성과 급식소 특성을 독립변수로 하여 각 이벤트 실시여부와 실시빈도, 교육 경험 등에 대해 교차분석을 이용하여 유의성을 검증하였다. 이벤트를 실시하는 구체적인 날에 대한 복수응답은 빈도와 백분율을 구하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 영양사 특성 및 급식소 특성

조사대상자의 일반사항을 초·중·고등학교 급식소로 나누어 영양사 특성 및 급식소 특성을 살펴본 결과는 표 1과 같다.

영양사 특성 중 연령은 전체적으로 20대, 30대가 90% 이상이었으나 중·고등학교는 20대가 56.0%, 84.5%인 반면, 초등학교는 30대가 81.9%로 나타났다. 경력 또한 중·고등학교에서는 5년 이하가 각각 72.8%, 67.1%로 과반수를 넘는데 반해 초등학교에서는 5~10년, 10년 이상이 44.1%, 41.6%로 나타나 중·고등학교 영양사에 비해 초등학교 영양사의 연령과 경력이 유의적으로 높은 것을 알 수 있었다($p < 0.01$). 급여에서는 전체적으로 연 1,500만원 이하가 35.7%로 가장 높았고 중·고등학교의 경우에서도 각각 63.3%, 45.1%로 높게 나타났으나 초등학교는 연 2,501만원 이상이 50.9%로 가장 높게 나타나 유의적인 차이를 보였다($p < 0.01$). 이는 부산지역 중·고등

표 1. 초·중·고등학교별 영양사 특성 및 급식소 특성

N(%)

영양사 특성	구분	급식소			전체	
		초	중	고		
영양사 특성	연령	20대	16 (9.6)	61 (56.0)	71 (84.5)	148 (41.2)
		30대	136 (81.9)	34 (31.2)	11 (13.1)	181 (50.4)
		40대 이상	14 (8.4)	14 (12.8)	2 (2.4)	30 (8.4)
			$\chi^2=154.223^{**}$			359 (100.0)
	경력	5년 이하	23 (14.3)	75 (72.8)	55 (67.1)	153 (44.2)
		5년 초과~10년 이하	71 (44.1)	25 (24.3)	23 (28.0)	119 (34.4)
		10년 이상	67 (41.6)	3 (2.9)	4 (4.9)	74 (21.4)
			$\chi^2=127.482^{**}$			346 (100.0)
	학력	2년제 대졸	8 (4.8)	27 (25.0)	16 (19.3)	51 (14.3)
		4년제 대졸	136 (82.4)	55 (50.9)	59 (71.1)	250 (70.2)
		대학원재학 이상	21 (12.7)	26 (24.1)	8 (9.6)	55 (15.4)
			$\chi^2=37.394^{**}$			356 (100.0)
급여	연 1500만원 이하	19 (11.9)	69 (63.3)	37 (45.1)	125 (35.7)	
	연 1501~2000만원	12 (7.5)	37 (33.9)	27 (32.9)	76 (21.7)	
	연 2001~2500만원	47 (29.6)	3 (2.8)	13 (15.9)	63 (18.0)	
	연 2501만원 이상	81 (50.9)		5 (6.1)	86 (24.6)	
		$\chi^2=186.626^{**}$			350 (100.0)	
운영형태	직영	165 (100.0)	87 (82.1)	12 (15.8)	264 (76.1)	
	위탁 - 식단가제		12 (11.3)	33 (43.4)	45 (13.0)	
	위탁 - 운영관리비제		7 (6.6)	31 (40.8)	38 (11.0)	
		$\chi^2=206.876^{**}$			347 (100.0)	
배식방법	교실배식	114 (68.7)	72 (66.1)	28 (33.3)	214 (59.6)	
	식당배식	24 (14.5)	29 (26.6)	41 (48.8)	94 (26.2)	
	교실+식당배식	28 (16.9)	8 (7.3)	15 (17.9)	51 (14.2)	
		$\chi^2=43.159^{**}$			359 (100.0)	
총급식수	1000식 이하	70 (45.5)	42 (41.6)	14 (17.3)	126 (37.5)	
	1001~1500식	65 (42.2)	58 (57.4)	15 (18.5)	138 (41.1)	
	1501식 이상	19 (12.3)	1 (1.0)	52 (64.2)	72 (21.4)	
		$\chi^2=123.304^{**}$			336 (100.0)	
식단가	1500원 이하	138 (83.6)	7 (6.5)	2 (2.5)	147 (41.5)	
	1501~2000원	26 (15.8)	89 (82.4)	6 (7.4)	121 (34.2)	
	2001원 이상	1 (0.6)	12 (11.1)	73 (90.1)	86 (24.3)	
		$\chi^2=429.340^{**}$			354 (100.0)	
총급식종사원	5명 이하	39 (23.5)	13 (12.0)	3 (3.6)	55 (15.4)	
	6~10명	109 (65.7)	85 (78.7)	14 (16.7)	208 (58.1)	
	11명 이상	18 (10.8)	10 (9.3)	67 (79.8)	95 (26.5)	
		$\chi^2=167.099^{**}$			358 (100.0)	
생산성	100명 이하	29 (18.8)	11 (10.9)	16 (20.0)	56 (16.7)	
	101~150명	51 (33.1)	39 (38.6)	43 (53.8)	133 (39.7)	
	151명 이상	74 (48.1)	51 (50.5)	21 (26.3)	146 (43.6)	
		$\chi^2=15.995^{**}$			335 (100.0)	

** p<0.01

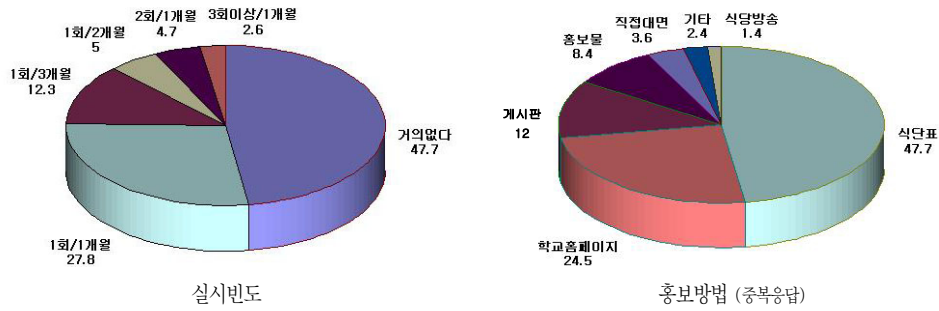


그림 1. 이벤트식단 실시빈도 및 홍보방법 (%)

학교 영양사의 상당수가 계약직인 반면 초등학교의 경우 대부분 교육청 소속의 장기근속 영양사이기 때문에 사료된다.

급식소 특성을 살펴보면, 운영형태는 초·중학교가 직영비율이 각각 100%, 82.1%로 높은 데 반해 고등학교는 위탁비율이 84.2%로 유의적인 차이를 보였다($p<0.01$). 배식방법의 경우 초·중학교는 교실배식이 각각 68.7%, 66.1%, 고등학교는 33.3%로 유의적인 차이를 보였다($p<0.01$). 교실배식은 식당배식에 비해 조리 후 배식시간까지의 시간이 길어서 음식의 위생 및 품질 면에서 여러 가지 문제점을 야기할 수 있다. Lee & Lyu(2005)의 중학생의 배식장소에 대한 연구에서도 교실배식이 식당배식보다 가격에 대비한 음식 질, 음식의 위생상태, 후식제공에서 불만족인 것으로 나타나 급식자의 만족을 위해서는 쾌적한 환경의 식당조성이 필요한 것으로 보고되었다. 총 급식수는 전체적으로 1,001~1,500식(41.1%), 1,000식 이하(37.5%) 순으로 나타났으나 초·중학교에 비해 고등학교는 1,501식 이상(64.2%)이 유의적으로 높게 나타났다($p<0.01$). 식단가를 살펴보면 초등학교는 1,500원 이하(83.6%), 중학교는 1,501~2,000원(82.4%), 고등학교는 2,001원 이상(90.1%)이 가장 많은 것으로 나타나 급식소별 뚜렷한 차이를 보였다($p<0.01$). 초등학교와 중학교의 총 급식종사원수는 6~10명이 각각 65.7%, 78.7%로 가장 높았으나 고등학교는 11명 이상이 79.8%로 가장 높게 나타났으며 유의적인 차이를 보였다($p<0.01$). 반면 생산성(총 급식수/총 급식종사원수)을 살펴본 결

과, 급식종사원 1명이 담당하는 급식수가 초·중학교는 151명 이상이 가장 높게 나타났으나(48.1%, 50.5%) 고등학교에서는 101~150명이 53.8%로 가장 높게 나타났으며 유의적인 차이를 보였다($p<0.01$). 이는 고등학교의 1일 2회 급식에 따른 총 급식수의 증가 못지 않게 부득이한 작업시간 증가에 따른 2교대조 근무선택으로 인한 급식종사원수의 증가에 연유한 것으로 생각된다.

2. 이벤트 실시빈도 및 홍보방법

부산지역 학교급식에서의 이벤트 실시빈도와 홍보방법을 조사한 결과는 그림 1과 같다. 전체적인 이벤트 실시빈도를 살펴보면, ‘거의 없다’가 47.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 1회/1개월(27.8%), 1회/3개월(12.3%), 1회/2개월(5%), 2회/1개월(4.7%), 3회 이상/1개월(2.6%) 순으로 나타나 월 1회 이상 이벤트를 실시하는 급식소가 35.1%에 불과하였다. 이는 Yang 등(2005)의 연구에서 병원, 산업체, 오피스 등의 위탁급식소에서 이벤트 실시횟수가 월 1회 이상이 65.5%로 나타난데 비해 매우 낮은 결과로, 학교급식에서 고객의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 노력이 더욱 필요하다고 볼 수 있겠다.

이벤트 실시에 대한 홍보방법을 살펴본 결과, 식당표(47.7%), 학교홈페이지(24.5%), 게시판(12%) 등의 순으로 나타났는데, 이는 산업체 단체급식소 고객의 경우 식당게시판을 이용한 홍보 경험이 75.6%로 가장 높게 나타난 것(Yang 등 2005)과는 달리 학교급

식소에서는 학생들에게 직접 식단표를 나눠줄 수 있어 이를 이용한 적극적 홍보가 가능한 것으로 나타났다. 이러한 적극적인 홍보는 고객들의 이벤트 실시에 대한 기대도와 참여도를 높게 하여 고객만족 향상 효과를 기대할 수 있을 것으로 사료된다.

월별 이벤트 실시빈도와 이벤트 항목별 실시빈도를 살펴본 결과는 그림 2와 그림 3과 같다. 우선 월별 이벤트 실시빈도가 높은 시기는 2월(14.3%) > 5월(13.7%) > 7월(13.3%) > 12월(12.2%) > 3월(11.5%) 순으로 나타났다. 이는 구정, 정월대보름, 입춘, 발렌타인데이, 졸업 등 특별한 날이나 비중 있는 행사가 2월에 집중되어 있고 조사대상자의 상당수를 차지한 초등학교에서 어린이날, 어버이날 등이 집중된 5월에 행사가 많으며, 초·중복 등을 맞아 무더운 날씨로 인한 식욕 및 체력저하를 극복하기 위한 노력이 7월에 집중된 결과라 사료된다.

학교급식에서 진행되고 있는 이벤트를 13개 항목으로 나눈 후 각각의 이벤트 실시 빈도를 살펴본 결과, 절기(18.3%) > 명절(19.0%) > 계절(17.1%) > 학교행사(13.0%) > 기념일(10.2%) 이벤트 순으로 높은 빈도를 나타내었다. 이는 대학교 급식소에 대한 연구(Bae 2006)에서 고유명절·절기 > 공휴일·기념일 > 학교행사 > 환경 > 계절 이벤트 순으로 실시 빈도가 높게 나타난 결과와 비슷한 양상을 보였다.

3. 영양사 특성에 따른 이벤트 실시 현황

13개의 이벤트 항목에 대한 실시여부를 영양사 특성별로 살펴본 결과는 표 2와 같다. 연령에 따른 이벤트 실시항목에서 20대는 경품(12.3%)과 봉사(10.9%) 이벤트를 유의적으로 많이 실시하였고(p<0.01), 30대는 명절(90.1%)과 절기(90.3%) 이벤트를 유의적으로 많이 실시하였으며(각각 p<0.05, p<0.01), 40대 이상은 건강 이벤트(50.0%)을 유의적으로 많이 실시하는 것으로 나타났다(p<0.05). 경력에 따른 이벤트 실시항목을 살펴보면 5년 초과 ~ 10년 미만 경력군이 명절(91.8%)과 절기(89.9%) 이벤트를 유의

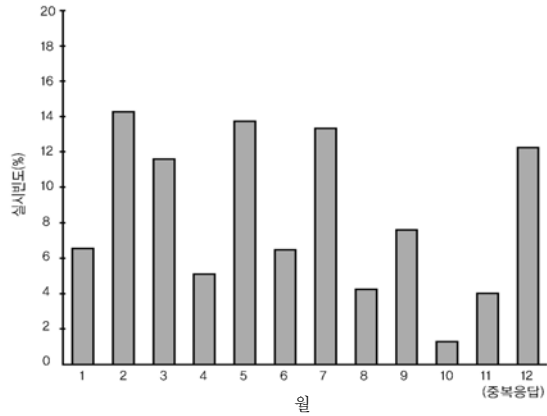


그림 2. 월별 이벤트 실시 빈도

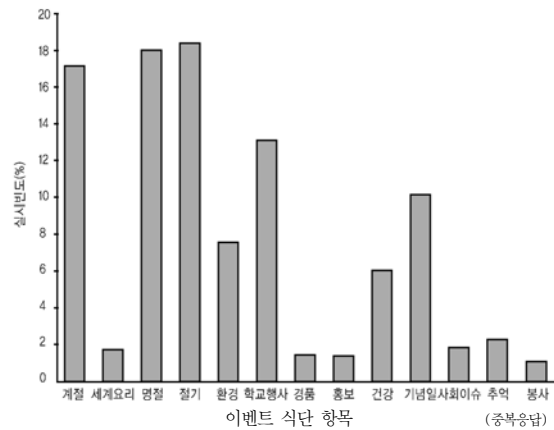


그림 3. 이벤트 항목별 실시 빈도

적으로 많이 실시하였다(p<0.05). 학력에 따른 이벤트 항목에서는 2년제 대졸 영양사군이 봉사(17.9%) 이벤트의 실시가 유의적으로 높았다(p<0.01).

4. 급식소 특성에 따른 이벤트 실시 현황

우선 13개의 이벤트 항목에 대한 실시여부를 급식소 종류 및 운영형태별로 살펴본 결과는 표 3과 같다. 급식소 종류에 따른 이벤트 실시항목은 초등학교에서는 학교행사(73.9%)와 추억(18.0%) 이벤트를 유의적으로 많이 실시하였다(p<0.01). 또한 명절 이벤트의 경우 고등학교(74.2%)에 비해 초등학교(89.4%)와 중학교(85.1%)에서 유의적으로 많이 실시하였고(p<0.05) 절기 이벤트의 경우도 고등학교

표 2. 영양사 특성에 따른 이벤트 실시 현황

구분	연령				경력(년)				학력				
	20대	30대	40대 이상	전체	5≥	5 < ~ < 10	10≤	전체	2년제 대졸	4년제 대졸	대학원 재학이상	전체	
계절	실시함	85 (79.4)	114 (80.3)	16 (72.7)	215 (79.3)	83 (76.9)	81 (83.5)	45 (78.9)	209 (79.8)	25 (69.4)	157 (80.5)	31 (83.8)	213 (79.5)
	실시 안함	22 (20.6)	28 (19.7)	6 (27.3)	56 (20.7)	25 (23.1)	16 (16.5)	12 (21.1)	53 (20.2)	11 (30.6)	38 (19.5)	6 (16.2)	55 (20.5)
		$\chi^2=0.664$				$\chi^2=1.432$				$\chi^2=2.771$			
		271 (100.0)				262 (100.0)				268 (100.0)			
세계요리	실시함	12 (12.6)	11 (8.5)	1 (5.9)	24 (9.9)	10 (9.4)	11 (13.9)	3 (6.3)	24 (10.3)	5 (15.2)	15 (8.9)	4 (10.5)	24 (10.0)
	실시 안함	83 (87.4)	119 (91.5)	16 (94.1)	218 (90.1)	96 (90.6)	68 (86.1)	45 (93.8)	209 (89.7)	28 (84.8)	153 (91.1)	34 (89.5)	215 (90.0)
		$\chi^2=1.402$				$\chi^2=2.061$				$\chi^2=1.194$			
		242 (100.0)				233 (100.0)				239 (100.0)			
명절	실시함	84 (78.5)	128 (90.1)	15 (78.9)	227 (84.7)	84 (78.5)	89 (91.8)	47 (87.0)	220 (85.3)	32 (91.4)	156 (83.4)	37 (86.0)	225 (84.9)
	실시 안함	23 (21.5)	14 (9.9)	4 (21.1)	41 (15.3)	23 (21.5)	8 (8.2)	7 (13.0)	38 (14.7)	3 (8.6)	31 (16.6)	6 (14.0)	40 (15.1)
		$\chi^2=6.899^*$				$\chi^2=7.279^*$				$\chi^2=1.527$			
		268 (100.0)				258 (100.0)				265 (100.0)			
절기	실시함	82 (75.2)	131 (90.3)	17 (85.0)	230 (83.9)	88 (77.9)	89 (89.9)	48 (87.3)	225 (84.3)	32 (88.9)	161 (82.6)	34 (85.0)	227 (83.8)
	실시 안함	27 (24.8)	14 (9.7)	3 (15.0)	44 (16.1)	25 (22.1)	10 (10.1)	7 (12.7)	42 (15.7)	4 (11.1)	34 (17.4)	6 (15.0)	44 (16.2)
		$\chi^2=10.565^{**}$				$\chi^2=6.225^*$				$\chi^2=0.947$			
		274 (100.0)				267 (100.0)				271 (100.0)			
환경	실시함	34 (35.4)	54 (47.8)	6 (35.3)	94 (41.6)	33 (35.5)	33 (44.6)	25 (50.0)	91 (41.9)	12 (48.0)	68 (41.5)	13 (38.2)	93 (41.7)
	실시 안함	62 (64.6)	59 (52.2)	11 (64.7)	132 (58.4)	60 (64.5)	41 (55.4)	25 (50.0)	126 (58.1)	13 (52.0)	96 (58.5)	21 (61.8)	130 (58.3)
		$\chi^2=3.570$				$\chi^2=3.140$				$\chi^2=0.580$			
		226 (100.0)				217 (100.0)				223 (100.0)			
학교행사	실시함	71 (67.0)	84 (67.7)	9 (56.3)	164 (66.7)	64 (62.7)	65 (75.6)	32 (66.7)	161 (68.2)	19 (61.3)	121 (68.8)	23 (62.2)	163 (66.8)
	실시 안함	35 (33.0)	40 (32.3)	7 (43.8)	82 (33.3)	38 (37.3)	21 (24.4)	16 (33.3)	75 (31.8)	12 (38.7)	55 (31.3)	14 (37.8)	81 (33.2)
		$\chi^2=0.850$				$\chi^2=3.613$				$\chi^2=1.085$			
		246 (100.0)				236 (100.0)				244 (100.0)			
경품	실시함	13 (12.3)	5 (3.4)	0 (0)	18 (6.6)	9 (8.0)	7 (7.4)	2 (3.5)	18 (6.8)	1 (3.4)	13 (6.6)	4 (9.1)	18 (6.6)
	실시 안함	93 (87.7)	144 (96.6)	18 (100.0)	255 (93.4)	103 (92.0)	88 (92.6)	55 (96.5)	246 (93.2)	28 (96.6)	185 (93.4)	40 (90.9)	253 (93.4)
		$\chi^2=9.341^{**}$				$\chi^2=1.289$				$\chi^2=0.904$			
		273 (100.0)				264 (100.0)				271 (100.0)			
홍보	실시함	7 (7.4)	11 (8.1)	0 (0)	18 (7.3)	4 (4.2)	9 (10.0)	4 (7.8)	17 (7.2)	2 (6.9)	14 (8.0)	2 (5.3)	18 (7.4)
	실시 안함	88 (92.6)	124 (91.9)	15 (100.0)	227 (92.7)	91 (95.8)	81 (90.0)	47 (92.2)	219 (92.8)	27 (93.1)	162 (92.0)	36 (94.7)	225 (92.6)
		$\chi^2=1.317$				$\chi^2=2.357$				$\chi^2=0.343$			
		245 (100.0)				236 (100.0)				243 (100.0)			
건강	실시함	41 (38.7)	28 (24.1)	8 (50.0)	77 (32.4)	35 (34.3)	28 (35.0)	13 (26.5)	76 (32.9)	15 (48.4)	51 (30.0)	10 (28.6)	76 (32.2)
	실시 안함	65 (61.3)	88 (75.9)	8 (50.0)	161 (67.6)	67 (65.7)	52 (65.0)	36 (73.5)	155 (67.1)	16 (51.6)	119 (70.0)	25 (71.4)	160 (67.8)
		$\chi^2=7.792^*$				$\chi^2=1.153$				$\chi^2=4.308$			
		238 (100.0)				231 (100.0)				236 (100.0)			
기념일	실시함	56 (56.6)	66 (51.2)	6 (40.0)	128 (52.7)	52 (51.0)	53 (63.1)	21 (43.8)	126 (53.8)	16 (53.3)	92 (52.6)	19 (54.3)	127 (52.9)
	실시 안함	43 (43.4)	63 (48.8)	9 (60.0)	115 (47.3)	50 (49.0)	31 (36.9)	27 (56.3)	108 (46.2)	14 (46.7)	83 (47.4)	16 (45.7)	113 (47.1)
		$\chi^2=1.686$				$\chi^2=5.197$				$\chi^2=0.037$			
		243 (100.0)				234 (100.0)				240 (100.0)			
사회이슈	실시함	9 (9.5)	11 (8.8)	2 (13.3)	22 (9.4)	6 (6.4)	12 (14.3)	4 (8.3)	22 (9.7)	4 (16.0)	16 (9.5)	2 (5.0)	22 (9.4)
	실시 안함	86 (90.5)	114 (91.2)	13 (86.7)	213 (90.6)	88 (93.6)	72 (85.7)	44 (91.7)	204 (93.3)	21 (84.0)	152 (90.5)	38 (95.0)	211 (90.6)
		$\chi^2=0.327$				$\chi^2=3.289$				$\chi^2=2.182$			
		235 (100.0)				226 (100.0)				233 (100.0)			
추억	실시함	9 (9.2)	16 (12.6)	3 (18.7)	28 (11.6)	9 (8.7)	10 (12.5)	9 (18.0)	28 (12.0)	4 (14.3)	18 (10.4)	6 (15.8)	28 (11.7)
	실시 안함	89 (90.8)	111 (87.4)	13 (81.3)	213 (88.4)	94 (91.3)	70 (87.5)	41 (82.0)	205 (88.0)	24 (85.7)	155 (89.6)	32 (84.2)	211 (88.3)
		$\chi^2=1.477$				$\chi^2=2.758$				$\chi^2=1.076$			
		241 (100.0)				233 (100.0)				239 (100.0)			
봉사	실시함	11 (10.9)	2 (1.5)	1 (6.7)	14 (5.6)	7 (6.9)	5 (5.7)	2 (4.0)	14 (5.9)	5 (17.9)	9 (5.0)	0 (0)	14 (5.7)
	실시 안함	90 (89.1)	130 (98.5)	14 (93.3)	234 (94.4)	95 (93.1)	82 (94.3)	48 (96.0)	225 (94.1)	23 (82.1)	172 (95.0)	37 (100.0)	232 (94.3)
		$\chi^2=9.475^{**}$				$\chi^2=0.502$				$\chi^2=10.129^{**}$			
		248 (100.0)				239 (100.0)				246 (100.0)			

* p<0.05, ** p<0.01

표 3. 급식소 종류 및 운영형태에 따른 이벤트 실시 현황

N(%)

구분		급식소				운영형태		
		초	중	고	전체	직영	위탁	전체
계절	실시함	107 (81.1)	57 (79.2)	51 (76.1)	215 (79.3)	158 (79.4)	52 (82.5)	210 (80.2)
	실시 안함	25 (18.9)	15 (20.8)	16 (23.9)	56 (20.7)	41 (20.6)	11 (17.5)	52 (19.8)
		$\chi^2=0.664$			271 (100.0)	$\chi^2=0.297$		262 (100.0)
세계요리	실시함	7 (6.4)	5 (6.3)	12 (22.6)	24 (9.9)	12 (6.7)	12 (21.8)	24 (10.2)
	실시 안함	103 (93.6)	74 (93.7)	41 (77.4)	218 (90.1)	168 (93.3)	43 (78.2)	211 (89.9)
		$\chi^2=12.299^{**}$			242 (100.0)	$\chi^2=10.547^{***}$		235 (100.0)
명절	실시함	118 (89.4)	63 (85.1)	46 (74.2)	227 (84.7)	178 (87.7)	44 (77.2)	222 (85.4)
	실시 안함	14 (10.6)	11 (14.9)	16 (25.8)	41 (15.3)	25 (12.3)	13 (22.8)	38 (14.6)
		$\chi^2=7.537^*$			268 (100.0)	$\chi^2=3.926^*$		260 (100.0)
절기	실시함	123 (92.5)	63 (81.8)	44 (68.8)	230 (83.9)	181 (88.3)	44 (73.3)	225 (84.9)
	실시 안함	10 (7.5)	14 (18.2)	20 (31.3)	44 (16.1)	24 (11.7)	16 (26.7)	40 (15.1)
		$\chi^2=18.410^{**}$			274 (100.0)	$\chi^2=8.105^{**}$		265 (100.0)
환경	실시함	52 (48.6)	23 (33.3)	19 (38.0)	94 (41.6)	71 (42.3)	21 (42.0)	92 (42.2)
	실시 안함	55 (51.4)	46 (66.7)	31 (62.0)	132 (58.4)	97 (57.7)	29 (58.0)	126 (57.8)
		$\chi^2=4.365$			226 (100.0)	$\chi^2=0.001$		218 (100.0)
학교행사	실시함	85 (73.9)	36 (52.2)	43 (69.4)	164 (66.7)	120 (67.8)	38 (62.3)	158 (66.4)
	실시 안함	30 (26.1)	33 (47.8)	19 (30.6)	82 (33.3)	57 (32.2)	23 (37.7)	80 (33.6)
		$\chi^2=9.441^{**}$			246 (100.0)	$\chi^2=0.615$		238 (100.0)
경품	실시함	3 (2.3)	5 (5.9)	10 (18.2)	18 (6.6)	6 (2.9)	11 (18.6)	17 (6.4)
	실시 안함	130 (97.7)	80 (94.1)	45 (81.8)	255 (93.4)	201 (97.1)	48 (81.4)	249 (93.6)
		$\chi^2=16.126^{**}$			273 (100.0)	$\chi^2=19.027^{***}$		266 (100.0)
홍보	실시함	8 (6.5)	4 (5.3)	6 (13.3)	18 (7.3)	11 (5.8)	7 (14.3)	18 (7.5)
	실시 안함	116 (93.5)	72 (94.7)	39 (86.7)	227 (92.7)	179 (94.2)	42 (85.7)	221 (92.5)
		$\chi^2=3.000$			245 (100.0)	$\chi^2=4.038^*$		239 (100.0)
건강	실시함	29 (27.4)	20 (28.2)	28 (45.9)	77 (32.4)	45 (26.6)	31 (50.8)	76 (33.0)
	실시 안함	77 (72.6)	51 (71.8)	33 (54.1)	161 (67.6)	124 (73.4)	30 (49.2)	154 (67.0)
		$\chi^2=6.892^*$			238 (100.0)	$\chi^2=11.857^{***}$		230 (100.0)
기념일	실시함	59 (52.2)	30 (41.1)	39 (68.4)	128 (52.7)	86 (48.6)	39 (67.2)	125 (53.2)
	실시 안함	54 (47.8)	43 (58.9)	18 (31.6)	115 (47.3)	91 (51.4)	19 (32.8)	110 (46.8)
		$\chi^2=9.605^{**}$			243 (100.0)	$\chi^2=6.105^*$		235 (100.0)
사회이슈	실시함	11 (9.9)	2 (2.7)	9 (17.6)	22 (9.4)	13 (7.5)	9 (17.0)	22 (9.7)
	실시 안함	100 (90.1)	71 (97.3)	42 (82.4)	213 (90.6)	161 (92.5)	44 (83.0)	205 (90.3)
		$\chi^2=7.938^*$			235 (100.0)	$\chi^2=4.198^*$		227 (100.0)
추억	실시함	20 (18.0)	3 (3.8)	5 (9.6)	28 (11.6)	22 (12.4)	6 (10.7)	28 (12.0)
	실시 안함	91 (82.0)	75 (96.2)	47 (90.4)	213 (88.4)	156 (87.6)	50 (89.3)	206 (88.0)
		$\chi^2=9.219^{**}$			241 (100.0)	$\chi^2=0.109$		234 (100.0)
봉사	실시함	4 (3.4)	1 (1.3)	9 (16.4)	14 (5.6)	5 (2.7)	7 (12.7)	12 (5.0)
	실시 안함	112 (96.6)	76 (98.7)	46 (83.6)	234 (94.4)	180 (97.3)	48 (87.3)	228 (95.0)
		$\chi^2=15.645^{**}$			248 (100.0)	$\chi^2=8.969^{**}$		240 (100.0)

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

(68.8%)에 비해 초등학교(92.5%)와 중학교(81.8%)에서 유의적으로 많이 실시하는 것으로 나타났다($p < 0.01$). 반면 고등학교에서는 기념일(68.4%), 건강(45.9%), 세계요리(22.6%), 경품(18.2%), 사회이슈(17.6%), 봉사(16.4%) 이벤트의 실시빈도가 유의적으로 높았다. 이는 초·중학교에 비해 고등학교의 경우 특별한 기념일 행사나 건강식단 제공 등의 이벤트 실시로 힘든 학업으로 인한 스트레스와 긴장감 해소를 도모하고자 함을 엿볼 수 있다.

운영형태에 따른 이벤트 실시항목을 살펴보면, 직영급식소에서는 위탁급식소에 비해 명절(87.7%)과 절기(88.3%) 이벤트 실시가 유의적으로 많았고(각각 $p < 0.05$, $p < 0.01$), 위탁급식소에서는 직영급식소에 비해 세계요리(21.8%), 경품(18.6%), 건강(50.8%) 이벤트는 유의수준 $p < 0.001$ 에서, 봉사(12.7%) 이벤트는 유의수준 $p < 0.01$ 에서 홍보(14.3%), 기념일(67.2%), 사회이슈(17.0%) 이벤트는 유의수준 $p < 0.05$ 에서 높은 실시빈도를 보였다. 이에 따라 직영급식소에서는 기존의 이벤트에 안주하는 반면, 위탁급식소에서는 세계요리·경품·홍보·건강·기념일·사회이슈·봉사 이벤트 등 다양한 이벤트를 개발, 운영하는 것으로 나타났다.

13개의 이벤트 항목에 대한 실시여부를 식단가 및 생산성별로 살펴본 결과는 표 4와 같다. 식단가에 따른 이벤트 실시항목을 살펴보면 식단가가 1,500원 이하인 급식소에서는 절기(90.8%) 이벤트가 유의수준 $p < 0.01$ 에서, 환경(50.0%)과 학교행사(73.3%) 이벤트가 유의수준 $p < 0.05$ 에서 높은 실시빈도를 보였다. 식단가가 2,001원 이상인 급식소에서는 세계요리(24.1%), 경품(17.9%), 건강(52.5%), 기념일(69.4%) 이벤트가 유의수준 $p < 0.01$ 에서, 사회이슈(18.8%) 이벤트가 유의수준 $p < 0.05$ 에서 높은 실시빈도를 보였다. 이상의 결과에서 식단가가 높은 급식소일수록 다양한 이벤트를 실시하는 것으로 나타났다.

생산성(총급식수/총급식종사원수)에 따라 실시되는 이벤트 항목을 살펴보면, 세계요리(21.9%)와 사회이슈(22.6%) 이벤트에서만 생산성이 100명 이하인

급식소의 실시빈도가 유의적으로 높게 나타났을 뿐($p < 0.05$) 다른 이벤트 실시빈도에서는 유의적인 차이가 없었다. 이는 급식종사원의 업무량이 이벤트 실시빈도에 크게 영향을 주지 않음을 알 수 있다.

5. 이벤트 실시 빈도 순위

학교급식에서 이벤트가 실시되는 구체적인 날에 대한 복수응답 결과를 바탕으로 이벤트 실시빈도 순위를 살펴보면 표 5와 같다. 전체적으로는 복날(8.9%) > 동지(8.7%) > 어린이날(6.4%) > 추석(6.1%) > 대보름(5.2%) 등의 순서로 높은 실시빈도를 나타내었다. 초·중·고등학교별로 살펴보면, 초등학교와 중학교에서는 1순위가 동지로 나타났으며, 각각 11.1%와 9.1%로 조사된 반면, 고등학교에서는 복날(7.5%)이 1순위로 조사되었다. 특히 초등학교는 동지(11.1%) > 복날(10.9%) > 어린이날(10.6%) > 대보름(7.7%) > 추석(7.6%) 순으로, 중학교는 동지(11.1%) > 복날(10.9%) > 어린이날(10.6%) > 대보름(7.7%) > 추석(7.6%) 순으로, 고등학교는 복날(7.5%) > 발렌타인데이(5.8%) > 스승의 날(5.7%) > 빼빼로데이(5.4%) > 수능일(5.1%) 등의 순으로 높은 실시빈도를 보여 고등학교와 초·중학교는 다소 상이한 양상을 보였다. 이는 Bae(2006)의 대학교 급식소의 참여 이벤트에 대한 조사에서 삼복(39.8%) > 잔반 없는 날(24.2%) > 설날(18.6%) > 발렌타인데이(15.2%) > 블랙데이(14.8%) 순으로 나타난 결과와 유사한 경향을 나타냈다.

6. 이벤트 실시에 대한 교육

이벤트 실시에 대한 교육 경험에 대한 조사 결과는 표 6과 같다. 조사 대상자 대부분인 334명(94.4%)이 교육 경험이 없다고 응답하였고, 20명(5.6%)만이 교육을 받은 경험이 있다고 응답하여 이벤트 실시에 대한 교육이 거의 이루어지고 있지 않은 것으로 나타났다. 적은 인원이지만 20대와 40대 이상 연령

표 4. 식단가 및 노동생산성에 따른 이벤트 실시현황

N(%)

구분		식단가(원)				생산성(총급식수/총급식종사원수)			
		1500 이하	1501~2000	2001 이상	전체	100명 이하	101~150명	151명 이상	전체
계절	실시함	97 (80.8)	57 (78.1)	57 (78.1)	211 (79.3)	34 (82.9)	80 (79.2)	91 (79.1)	205 (79.8)
	실시 안함	23 (19.2)	16 (21.9)	16 (21.9)	55 (20.7)	7 (17.1)	21 (20.8)	24 (20.9)	52 (20.2)
		$\chi^2=0.304$			266 (100.0)	$\chi^2=0.302$			257 (100.0)
세계요리	실시함	5 (5.1)	5 (6.0)	13 (24.1)	23 (9.7)	7 (21.9)	7 (7.4)	8 (7.9)	22 (9.7)
	실시 안함	94 (94.9)	79 (94.0)	41 (75.9)	214 (90.3)	25 (78.1)	87 (92.6)	93 (92.1)	205 (90.3)
		$\chi^2=16.521^{**}$			237 (100.0)	$\chi^2=6.330^*$			227 (100.0)
명절	실시함	104 (88.9)	70 (84.3)	49 (76.6)	223 (84.5)	32 (94.1)	90 (81.1)	95 (87.2)	217 (85.8)
	실시 안함	13 (11.1)	13 (15.7)	15 (23.4)	41 (15.5)	2 (5.9)	20 (18.2)	14 (12.8)	36 (14.2)
		$\chi^2=4.793$			264 (100.0)	$\chi^2=3.520$			253 (100.0)
절기	실시함	108 (90.8)	71 (82.6)	47 (73.4)	226 (84.0)	35 (97.2)	91 (83.5)	94 (81.7)	220 (84.6)
	실시 안함	11 (9.2)	15 (17.4)	17 (26.6)	43 (16.0)	1 (2.8)	18 (16.5)	21 (18.3)	40 (15.4)
		$\chi^2=9.495^{**}$			269 (100.0)	$\chi^2=5.233$			260 (100.0)
환경	실시함	48 (50.0)	24 (31.2)	22 (44.0)	94 (42.2)	14 (48.3)	30 (36.1)	46 (45.5)	90 (42.3)
	실시 안함	48 (50.0)	53 (68.8)	28 (56.0)	129 (57.8)	15 (51.7)	53 (63.9)	55 (54.5)	123 (57.7)
		$\chi^2=6.304^*$			223 (100.0)	$\chi^2=2.149$			213 (100.0)
학교행사	실시함	74 (73.3)	42 (54.5)	44 (69.8)	160 (66.4)	25 (73.5)	67 (70.5)	65 (64.4)	157 (68.3)
	실시 안함	27 (26.7)	35 (45.5)	19 (30.2)	81 (33.6)	9 (26.5)	28 (29.5)	36 (35.6)	73 (31.7)
		$\chi^2=7.318^*$			245 (100.0)	$\chi^2=1.371$			230 (100.0)
경품	실시함	2 (1.7)	6 (6.3)	10 (17.9)	18 (6.7)	1 (2.9)	9 (8.5)	8 (7.0)	18 (7.0)
	실시 안함	117 (98.3)	89 (93.7)	46 (82.1)	252 (93.3)	34 (97.1)	97 (91.5)	107 (93.0)	238 (93.0)
		$\chi^2=16.044^{**}$			270 (100.0)	$\chi^2=1.279$			256 (100.0)
홍보	실시함	8 (7.1)	4 (4.8)	6 (13.0)	18 (7.4)	3 (9.4)	6 (6.3)	8 (7.8)	17 (7.4)
	실시 안함	104 (92.9)	80 (95.2)	40 (87.0)	224 (92.6)	29 (90.6)	89 (93.7)	95 (92.2)	213 (92.6)
		$\chi^2=2.987$			242 (100.0)	$\chi^2=0.366$			230 (100.0)
건강	실시함	24 (25.0)	21 (26.9)	31 (52.5)	76 (32.6)	12 (36.4)	36 (37.9)	25 (25.8)	73 (32.4)
	실시 안함	72 (75.0)	57 (73.1)	28 (47.5)	157 (67.4)	21 (63.6)	59 (62.1)	72 (74.2)	152 (67.6)
		$\chi^2=14.342^{**}$			233 (100.0)	$\chi^2=3.488$			225 (100.0)
기념일	실시함	53 (51.5)	30 (40.5)	43 (69.4)	126 (52.7)	22 (59.5)	50 (56.8)	50 (48.5)	122 (53.5)
	실시 안함	50 (48.5)	44 (59.5)	19 (30.6)	113 (47.3)	15 (40.5)	38 (43.2)	53 (51.5)	106 (46.5)
		$\chi^2=11.353^{**}$			239 (100.0)	$\chi^2=1.935$			228 (100.0)
사회이슈	실시함	10 (10.1)	3 (3.6)	9 (18.8)	22 (9.5)	7 (22.6)	6 (6.5)	8 (8.2)	21 (9.5)
	실시 안함	89 (89.9)	81 (96.4)	39 (81.3)	209 (90.5)	24 (77.4)	86 (93.5)	90 (91.8)	200 (90.5)
		$\chi^2=8.234^*$			231 (100.0)	$\chi^2=7.321^*$			221 (100.0)
추억	실시함	17 (16.5)	6 (7.2)	5 (10.0)	28 (11.9)	4 (13.8)	13 (13.8)	10 (9.6)	27 (11.9)
	실시 안함	86 (83.5)	77 (92.8)	45 (90.0)	208 (88.1)	25 (86.2)	81 (86.2)	94 (90.4)	200 (88.1)
		$\chi^2=3.993$			236 (100.0)	$\chi^2=0.951$			227 (100.0)
봉사	실시함	1 (1.0)	4 (4.7)	9 (17.0)	14 (5.8)	5 (14.3)	5 (5.3)	4 (3.9)	14 (6.0)
	실시 안함	103 (99.0)	82 (95.3)	44 (83.0)	229 (94.2)	30 (85.7)	90 (94.7)	99 (96.1)	219 (94.0)
		$\chi^2=16.897^{**}$			243 (100.0)	$\chi^2=5.163$			233 (100.0)

* p<0.05, ** p<0.01

표 5. 초·중·고등학교별 이벤트 실시일에 대한 빈도 조사

N(%)

순위	급 식 소						전체	
	초		중		고			
1	동지	133 (11.1)	동지	70 (9.1)	복날	54 (7.5)	복날	240 (8.9)
2	복날	130 (10.9)	복날	56 (7.3)	발렌타인데이	42 (5.8)	동지	234 (8.7)
3	어린이날	127 (10.6)	학교급식의 날	52 (6.8)	스승의날	39 (5.7)	어린이날	172 (6.4)
4	대보름	92 (7.7)	추석	45 (5.8)	빼빼로데이	39 (5.4)	추석	163 (6.1)
5	추석	91 (7.6)	어린이날	37 (4.8)	수능일	37 (5.1)	대보름	139 (5.2)
6	학교급식의 날	68 (5.7)	입춘	34 (4.4)	화이트데이	31 (4.3)	학교급식의 날	127 (4.7)
7	스승의 날	62 (5.2)	개교기념일	29 (3.8)	동지	31 (4.3)	스승의 날	125 (4.7)
8	개교기념일	43 (3.6)	대보름	27 (3.5)	스승의 날	29 (4.0)	입춘	98 (3.6)
9	입춘	43 (3.6)	입추	26 (3.4)	블랙데이	28 (3.9)	개교기념일	78 (2.9)
10	단오	30 (2.5)	블랙데이	23 (3.0)	추석	27 (3.8)	블랙데이	64 (2.4)

중복응답

표 6. 이벤트 실시에 대한 교육 경험

N(%)

구 분	경험 재교육		x ² -value	
	유	무		
연령	20대	14 (9.6%)	132 (90.4%)	x ² =10.563**
	30대	3 (1.7%)	175 (98.3%)	
	40대 이상	3 (10.0%)	27 (90.0%)	
	합 계	20 (5.6%)	334 (94.4%)	
경력	5년 이하	14 (9.3%)	137 (90.7%)	x ² =8.823*
	5년 초과 ~10년 이하	1 (0.9%)	115 (99.1%)	
	10년 이상	4 (5.4%)	70 (94.6%)	
	합 계	19 (5.6%)	322 (94.4%)	
급식소	초	4 (2.4%)	161 (97.6%)	x ² =16.752***
	중	4 (3.7%)	104 (96.3%)	
	고	12 (14.8%)	69 (85.2%)	
	합 계	20 (5.6%)	334 (94.4%)	
운영 형태	직영	6 (2.3%)	255 (97.7%)	x ² =22.276***
	위탁	13 (16.0%)	68 (84.0%)	
	합 계	19 (5.6%)	323 (94.4%)	

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

사들이 30대 영양사들에 비해 상대적으로 교육을 많이 받았으며 직영급식소 영양사들에 비해 위탁급식소 영양사들이 이벤트 실시에 대한 교육을 유익적으로 많이 받은 것으로 조사되어(p<0.01) 이벤트 마케팅이 먼저 실시된 위탁급식업체에서 교육 실시

빈도가 높음을 알 수 있었다.

이벤트 실시에 대한 영양사와 조리원에게 필요한 교육내용에 관한 결과는 표 7과 같다. 영양사에게 필요한 교육은 조리기술(34.9%) > 테이블코디네이션(19.1%) > 메뉴기획(18.5%) 순으로 나타났으며, 조리원에게 필요한 교육은 조리기술(49.5%) > 테이블코디네이션(22.5%) > 서비스교육(18.3%) 순으로 나타나 영양사와 조리원 모두에게 우선적으로 필요한 교육으로는 조리기술과 테이블 코디네이션이 각각 1순위와 2순위로 조사되었다. 이는 위탁급식경영업체의 영양사와 조리사의 교육훈련 program 개발에 관한 Lee 등(2000)의 연구에서 영양사와 조리사는 경력이 증가할수록 파스타조리법, 중식·동남아시아개론, 건강식메뉴개발, 이벤트메뉴 등의 교과목의 필요성을 느끼는 것으로 나타난 결과와 유사하며, 한식당 식공간의 시각적 요소의 중요도와 성과도 평가에 관한 Cho 등(2001)의 연구에서 고객들은 식당의 시각적 요소 중 음식을 담은 그릇, 음식이 담긴 모습, 음식이 차려진 식탁의 전체적인 모습 등에 대해 중요하다고 평가하였으며 경영자들은 고객의 시각적인 욕구에 대처하기 위해 푸드코디네이션과 테이블코디네이션에 관련된 시각적인 요소에 대해 중요도를 부여해야 한다고 보고한 것과 유사하였다. 따라서 향후 계절과 명절 등의 기존의 이벤트와 함

표 7. 이벤트 실시를 위해 영양사와 조리원에게 필요한 교육내용 N(%)

		영양사		조리원	
1위	조리기술	434 (34.9)	조리기술	637 (49.5)	
2위	테이블코디네이션	237 (19.1)	테이블코디네이션	290 (22.5)	
3위	메뉴기획	230 (18.5)	서비스교육	235 (18.3)	
4위	서비스교육	143 (11.5)	메뉴기획	61 (4.7)	
5위	이벤트연출기술	102 (8.2)	벤치마킹	36 (2.8)	
6위	벤치마킹	97 (7.8)	이벤트연출기술	26 (2.0)	
합 계		1243 (100.0)	합 계	1285 (100.0)	

중복응답

세계각국요리·건강 이벤트 등 새로운 이벤트를 실시함에 있어 새로운 조리기술과 테이블코디네이션의 접목을 필요로 하는 것으로 조사되었다. 이와 관련하여 (사)대한영양사협회(www.dietitian.or.kr)에서 교육프로그램을 개발하여 시행하고 있으나 교육비에 대한 부담으로 많은 인원이 교육에 참가하지 못하고 있으며 보수교육(박면애 2004; 황규선 2005)을 통해 몇 차례 개괄적인 교육이 실시되었으나 교육시간과 횟수가 미흡하여 실무에 적용하기 어려운 형편이다. 따라서 향후 영양사와 조리사 보수교육의 형태로 지속적인 교육을 실시하는 것이 필요하며 특히 영양사와 조리사를 대상으로 한 소규모 교육을 위한 조리기술 및 테이블코디네이션 실습교육 프로그램 개발이 요구된다.

요약 및 결론

부산지역 초·중·고등학교 급식소의 영양사를 대상으로 이벤트 실시현황을 조사한 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 영양사특성을 살펴보면 초등학교 영양사군이 중·고등학교 영양사군에 비해 연령, 경력과 급여 모두에서 유의적으로 높게 나타났다(p<0.01).

2. 조사대상자의 급식소특성을 살펴보면 급식소 특성 모두에서 초·중·고등학교 간에 유의적인 차이를 보였다(p<0.01). 우선 운영형태에서 초·중학교는 직영운영, 고등학교는 위탁운영 비율이 높았고, 배식방법에서 초·중학교는 교실배식이, 고등학교는 식당배식이 가장 높게 나타났다. 총 급식수에서 초등학교는 1,000식 이하, 중학교는 1,001~1,500식, 고등학교는 1,501식 이상이 높게 나타났으며, 식단가에서 초등학교는 1,500원 이하, 중학교는 1,501~2,000원, 고등학교는 2,001원 이상이 가장 많은 것으로 나타났다. 총급식종사원수에서 초·중학교는 6~10명, 고등학교는 11명 이상이 가장 높게 나타났으며, 노동생산성(총급식수/총급식종사원수)은 초·중학교의 경우 151명 이상, 고등학교에서는 101~150명이 가장 높게 나타나 급식소간 뚜렷한 차이를 보였다.

3. 전체적인 이벤트 실시빈도는 '거의 없다'가 47.7%로 가장 많았고, 홍보방법은 '식단표'가 47.7%로 가장 높았다. 연중 이벤트 실시빈도가 높은 시기는 2월 > 5월 > 7월 > 12월 > 3월 순으로 나타났으며 실시되는 이벤트를 13개 그룹으로 나눈 후 각각의 이벤트 실시 빈도를 살펴본 결과, 절기 > 명절 > 계절 > 학교행사 > 기념일 이벤트 순으로 높은 빈도를 나타내었다.

4. 13개의 이벤트 항목에 대한 실시여부를 영양사 특성별로 살펴본 결과, 연령에서 20대는 경품과 봉사, 30대는 명절과 절기, 40대 이상은 절기와 건강 이벤트를 유의적으로 많이 실시하였다(각각 p<0.01, p<0.05). 경력별로는 5년 초과~10년 미만 경력군이 명절과 절기 이벤트를 유의적으로 많이 실시하였으며(p<0.05), 학력별로는 2년제 대졸 영양사군이 봉사 이벤트의 실시가 유의적으로 높았다(p<0.01).

5. 13개 이벤트 항목에 대한 실시여부를 급식소 종류와 운영형태별로 살펴본 결과, 타 급식소에 비해 초등학교는 명절·절기·학교행사·추억 이벤트를, 고등학교는 세계요리·경품·건강·기

념일 · 사회이슈 · 봉사 이벤트를 유의적으로 많이 실시하였으며, 직영급식소에서는 명절과 절기 이벤트 실시가 유의적으로 높았고(각각 $p < 0.05$, $p < 0.01$), 위탁급식소에서는 세계요리 · 경품 · 건강 이벤트는 유의수준 $p < 0.001$ 에서, 봉사 이벤트는 유의수준 $p < 0.01$ 에서, 홍보 · 기념일 · 사회이슈 이벤트는 유의수준 $p < 0.05$ 에서 높은 실시빈도를 보였다.

6. 13개의 이벤트 항목에 대한 실시여부를 식단가 및 생산성에 따라 살펴본 결과, 식단가가 1,500원 이하인 급식소에서는 절기 · 환경 · 학교행사 이벤트가, 식단가가 2,001원 이상인 급식소에서는 세계요리 · 경품 · 건강 · 기념일 · 사회이슈 이벤트가 높은 실시빈도를 보였다. 생산성이 100명 이하인 급식소에서 세계요리와 사회이슈 이벤트 실시만 유의적으로 높게 나타났을 뿐($p < 0.05$) 다른 이벤트 실시빈도에서는 유의적인 차이가 없었다.
7. 이벤트 실시 빈도가 높은 구체적인 날에 대해 살펴본 결과, 초등학교는 동지 > 복날 > 어린이날 > 대보름 > 추석 순으로, 중학교는 동지 > 복날 > 학교급식의 날 > 추석 > 어린이날 순으로 나타나 비슷한 경향을 보였으나, 고등학교는 복날 > 발렌타인데이 > 스승의 날 > 빼빼로데이 > 수능일 순으로 나타나 다소 상이한 결과를 보였다.
8. 조사 대상자의 대부분(94%)이 이벤트 실시를 위한 교육 경험이 없다고 응답하였으며, 위탁급식업체 소속 영양사들이 직영급식소 소속 영양사들에 비해 이벤트 실시에 대한 교육을 유의적으로 많이 받은 것으로 조사되었다($p < 0.01$). 이벤트 실시를 위해 영양사에게 필요한 재교육은 조리기술(34.9%) > 테이블코디네이션(19.1%) > 메뉴기획(18.5%) 순으로 나타났으며, 조리원에게 필요한 재교육은 조리기술(49.5%) > 테이블코디네이션(22.5%) > 서비스교육(18.3%) 순으로 나타났다. 산업체 급식소 및 대학교 급식소와는 달리 피급식자의 선택권이 적은 초 · 중 · 고등학교 등의 학

교급식에서는 일정한 고정식수가 확보됨에 따라 이벤트 마케팅 실시에 대한 적극성이 다소 부족한 것으로 나타났다. 그러나 최근 소득의 증가와 여성의 사회진출이 많아지고 여러 형태의 패밀리레스토랑이 출현함에 따라, 가족단위의 외식 기회가 빈번해지고 그 선택범위가 넓어졌으며, 그로인해 학교급식소 고객군인 학생들은 입맛이 다양화되고 고급화됨에 따라 미각 뿐 아니라 시각적인 만족을 추구하게 되었고, 또한 웰빙 열풍을 경험하면서 건강에 대한 인식 또한 높아져 다양한 메뉴제공과 다양한 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 선택식단 등에 대한 요구도가 증가하였다.

이에 고객만족을 위한 다양한 이벤트를 시행하기 위해 영양사와 조리사에 대한 조리기술과 테이블코디네이션 등의 교과항목에 대한 교육이 요구됨에 따라, 차후 (사)대한영양사협회의 영양사 보수교육 및 영양사와 조리사의 각 연구회를 중심으로 하는 소규모 교육을 위한 조리기술 및 테이블코디네이션 실습교육 프로그램 개발에 대한 연구와 함께 기관의 적극적인 지원이 필요할 것으로 사료된다.

이와 함께 향후 학교급식의 이벤트 시행에 있어 급식소 내 · 외부의 구체적인 문제점을 파악하고 이를 슬기롭게 극복할 수 있는 방안을 모색하여 성공적이고 효과적인 이벤트 마케팅이 이루어질 수 있도록 연구가 실시될 필요가 있다고 생각된다.

참고문헌

- 가람푸드서비스㈜ 홈페이지. 차별화운영방안 Available from: <http://www.garamfs.com>
- 대한영양사협회 홈페이지. 푸드코디네이션교육과정. Available from: http://www.dietitian.or.kr/edu/Item2_05_01.asp
- 박면애 (2004): 단체급식을 위한 푸드코디네이션. 전국영양사학술대회 자료집. 대한영양사협회. 서울. pp.29-40
- 황규선 (2005): 목적에 따른 식공간 디자인. 전국영양사학술대회 자료집. 대한영양사협회. 서울. pp.123-128
- Bae HJ (2006): A survey on preference of the event menus

- in the foodservice operations for university students. *J Korean Diet Assoc* 12(3):235-242
- Cho KS, Bang JS (2001): A study on the importance and performance evaluation of the visual element of the dining space at Korean restaurant. *Korean J Foodservice management* 4(1):265-288
- Choi YS (2000): A study on the high school students satisfaction of school food service. Masters degree thesis. Sejong University. pp.62-64
- Han KS, Hong SH (2002): A study of the operation of contract food service management and menu preference of middle school students in Seoul. *Korean J Comm Nutr* 7(4):559-570
- Jung KS, Kim CW, Kim JK (2002): The impact of event activities of the family restaurants toward the success inclination of customer relationship. *Korean J Hospitality Administration* 11(1):193-216
- Kang JK (2002): Analyzing the event performance and its participating factors in contracted foodservice management company for marketing strategy. Masters degree thesis. Yonsei University. pp.5-46
- Kim KA, Kim SJ, Jung LH, Jeon ER (2002): Degree of satisfaction on the school foodservice among the middle school students in Gwangju and Chonnam area. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 18(6):579-585
- Kim SH, Lee KA, Yu CH, Song YS, Kim WK, Yoon HR, Kim JH, Lee JS, Kim MK (2003): Comparisons of student satisfaction with the school food service programs in middle and high school by food service management types. *Korean J Nutr* 36(2):211-222
- Kim HJ (1999): A study on the event marketing strategy of eating-out industry. *Foodservice management* 2(2):71-90
- Lee EJ, Kim KY, Han KS (2000): A study on the development of the education and training program for dieticians and cooks in contracted foodservice business firms. *Korean J Foodservice management* 3(1):133-149
- Lee KA, Lyu ES (2005): Comparison of student satisfaction with foodservice of middle school by place for meal service in Busan area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 34(2):209-218
- Lyu ES, Lee KA (2005): Evaluation of foodservice quality performance of middle schools in Busan. *Korean J Food Cookery Sci* 21(6):829-837
- Meyer MK, Cokin MT (1998): Variable affecting high school students' perception of school foodservice. *J Am Diet Assoc* 98(12):1424-1429
- Meyer MK (2000): Top predictors of middle/junior high school students' satisfaction with school foodservice and nutrition programs. *J Am Diet Assoc* 100(1):100-103
- Park MH, Choi YS, Kim YJ (2002): Comparison of dietary attitudes to the school lunch service of elementary and middle school students living in the same region. *Korean J Comm Nutr* 7(1):3-13
- Park YS, Lee JW, Lee MS (1997): Comparisons of students' and their parents' satisfaction of school lunch program in middle school by foodservice management. *Korean J Comm Nutr* 2(2):218-231
- Yang IS, Yi BS, Cha JA, Han CS, Chae IS, Lee JM (2004): Foodservice in institutions. Kyomunsa. Seoul. pp.79-91
- Yang IS, Yi BS, Kim HA, Kang JK (2005): Analyzing the status and attributes affecting customers' participation on the events marketing in the contract-managed foodservice. *Foodservice Management* 8(1):105-126