pISSN 1225-4339 eISSN 2287-4992
Korean J. Food Nutr. Vol. 34. No. 4, 365~371 (2021)
https://doi.org/10.9799/ksfan.2021.34.4.365

THE KOREAN JOURNAL OF
한국식품영양학회지
FOOD AND NUTRITION

경기지역 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 이용형태 및 만족도 비교 연구

이 예 림 · †장 재 선*
가천대학교 교육대학원 영양교육전공 석사과정생, *가천대학교 식품영양학과 교수

A Comparative Study on the Usage and Satisfaction of Delivery Food among Korean Students and Chinese Students in Gyeonggido

Ye-Rim Lee and †Jae-Seon Jang*
Master's Student, Major in Nutrition Education, Graduate School of Education, Gachon University, Seongnam 13120, Korea
**Professor, Dept. of Food & Nutrition, Gachon University, Seongnam 13120, Korea*

Abstract

This study was conducted to understand the type of use and satisfaction of delivery food by Chinese and Korean students. In December 2019, Korean and Chinese students living in Gyeonggi Province were analyzed using SPSS. The average number of food deliveries was 1~2 times a month and used 30.7% of the Korean students and 21.8% of the Chinese students. As for how to order food for delivery, 62.2% of Korean college students took up mobile apps, and 49.0% of Chinese students took up mobile phones. In terms of satisfaction after using delivery food, Korean students scored 3.89 points for taste and 3.74 points for using a neat and convenient packaging container, while Chinese students showed the highest score of 3.69 points for past eating experiences and 3.65 points for taste. As for the factors influencing the satisfaction after using the delivered food, the food quality satisfaction (β=0.518) for Korean students and favorable menu factor (β=0.533) for Chinese students were found. Therefore, it is judged that it is necessary to continuously improve the quality, service, convenience and diversity of delivered food, and health and safety factors in order to improve the delivery patterns and satisfaction of college students.

Key words: delivery food, satisfaction, Korean students, Chinese students

서 론

배달음식은 소비자가 음식을 주문하면 음식점에서 소비자가 원하는 장소까지 배달하는 형태를 말하는데, 소비자가 여러 매체를 통해 음식을 주문하고 소비자에게 전달해 주는 서비스라 정의하고 있다(Kim BR 2013). 또한 가정에서 직접 조리하는 것보다 배달음식을 통해 식사를 편리하게 해결할 수 있고(Seo GH 2007), 조리된 음식이나 식재료를 소비자가 원하는 장소로 전달해 주는 서비스로서 음식점에서 50% 이상의 매출이 배달서비스를 통해 이루어지면 배달음식 전문점이라 분류한다(Kwon KT 2008).

대학생들은 식사를 외식이나 조리 완료된 식품을 구입해서 해결하며, 가정에서 조리를 할 필요가 없는 완전조리 식품을 구입하거나 약간의 조리만 필요한 반조리 식품을 배달로 구입해서 먹는 비중이 증가하고 있으며(Kim 등 2005), 또한 우리나라에 치킨 등과 같은 배달음식에 사용되는 비용은 2017년 2조 7,326억 원에서 2020년 17조 3,828억 원으로 크게 성장하였다(NEWSIS 2021).

2021년 4월 법무부 출입국 · 외국인정책 통계월보에 의하면 재한 외국인 유학생은 157,669명으로 그 중에 중국인 유학생은 50,582명으로 전체 유학생의 32.1%를 차지하고 있다(KIS 2021). 중국인 유학생은 한국으로 유학을 오면 낯선 환

† Corresponding author: Jae-Seon Jang, Professor, Dept. of Food & Nutrition, Gachon University, Seongnam 13120, Korea. Tel: +82-31-750-4767, Fax: +82-31-750-5974, E-mail: jangjs@gachon.ac.kr

경에서의 외로움, 문화적응 스트레스, 향수병 등의 원인으로 인해 대학생활의 적응을 잘 하지 못하는 경향이 있다(Lee 등 2018). 또한 유학생활 중 외식이나 간식의 섭취 빈도가 증가하였고 영양문제 또한 심각한 것으로 나타났으며 또한 바람직한 건강을 유지하기 위해서는 유학생의 식생활 습관은 추후 건강을 위해서도 바람직한 방향으로 형성되어야 하나 여러 경제적 환경적 여건의 변화와 제한으로 인하여 건강에 위배되는 식생활을 하는 것으로 보고되고 있다(Jang JS 2020). 유학생의 식생활은 고국에서와는 완전히 달라진 형태의 주거 생활을 영유하게 되고, 학업으로 인한 시간적 제약은 허용된 범위 내에서 외식이나 이용이 편리한 간편식을 선호하는 경향을 보이는 것으로 알려지고 있다(Lu WF 2012).

현재 선행연구를 살펴보면 한국인 대학생의 주문배달서비스 이용행태(Lee WH 2016)와 대학생 가정을 중심으로 주문배달음식의 선택속성 중요도와 만족도(Kim SJ 2010), 대학생을 포함한 수도권 지역 소비자의 라이프스타일과 배달음식 이용행태 및 선택속성(Seo GH 2007), 경지지역 중국인 유학생의 스트레스가 식습관 및 식품구매 형태(Jang JS 2019), 배달음식 이용고객의 만족도에 영향을 미치는 요인 분석(Park & Bae 2020) 등이 있으나 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식에 관한 이용실태와 만족도에 미치는 영향요인에 관한 조사한 연구는 거의 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구는 경기지역 한국인 대학생과 중국인 유학생을 대상으로 배달음식에 대한 이용 형태와 이용 후 만족도를 비교하였고, 또한 배달음식 이용 후 만족도에 영향을 미치는 영향 요인을 비교 분석하여 한국 대학생과 중국 유학생들의 배달음식의 선택과 올바른 식습관을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

연구대상 및 방법

1. 연구대상

본 연구는 경기지역 한국인 대학생과 중국인 유학생을 대상으로 배달음식의 이용형태와 만족도에 미치는 영향요인을 조사하기 위하여 2019년 12월 대학생 각각 50명을 대상으로 예비설문 조사를 실시한 후 이를 수정 및 보완하여 경기지역 거주하는 한국인 대학생과 중국인 유학생 각각 350명을 대상으로 설문지를 무작위 배포하여 이 가운데 각각 348부, 312부의 설문지가 회수되었으며(회수율 99.4%, 89.1%), 이 중 답이 누락되거나 불충분한 것을 제외한 한국인 대학생 342명, 중국인 유학생 243명을 최종 통계분석에 사용하였다(분석율 97.7%, 69.4%). 본 조사는 가천대학교 연구윤리심의위원회의 심의를 받아 수행되었다(044396-202004-HR-080-01).

2. 연구내용 및 방법

본 연구에 사용되는 설문지는 Lee WH(2016)의 설문지를 참고하여 연구에 적합하게 재구성하였다. 조사대상자의 일반적 사항은 총 6가지로 성별, 학년, 거주형태, 한 달 용돈, 체중과 신장을 조사하였다. 신체 계측의 경우 조사대상자가 스스로의 신장과 체중을 직접 작성하도록 하여 체질량지수(kg/m^2)를 산출하였다. 배달음식의 이용형태 항목은 '배달음식 이용여부', '월평균이용횟수', '배달음식 장소', '배달음식 정보', '배달음식 주문방법', '배달음식을 이용하는 날', '배달음식 이용시간', '배달음식 평균지출금액', '배달음식을 누구와 이용하는지', '배달음식으로 판매 희망하는 메뉴'이다. 또한 한국인 대학생과 중국인 유학생의 선호하는 메뉴는 6가지 항목인 한식, 중식, 양식, 일식, 분식, 패스트푸드로 나누어 조사하였다. 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 이용 후 만족도는 크게 3가지 요인으로 음식품질 요인(식재료의 질, 맛, 양, 가격, 배달온도, 배달시간, 깔끔하고 편리한 포장 용기)은 8개, 서비스요인(각종 쿠폰의 제공, 지불방식의 다양성, 종업원 및 배달원의 친절성, 이벤트 및 판촉 행사, 다양한 주문방법) 5개, 메뉴긍정요인(영양가, 광고, 과거의 음식 경험, 음식의 조리법, 메뉴선택의 다양성) 5개 총 18항목으로 나누어 조사하였다.

3. 통계분석

한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식의 이용 형태와 만족도 분석은 SPSS(Statistical Package for the Social Science version 26.0) 프로그램을 사용하여 한국인 대학생과 중국인 유학생의 일반적인 특성과 배달음식의 이용형태 차이는 카이제곱검정(Chi-squared test)으로 교차 분석을, 한국인 대학생과 중국인 유학생의 선호하는 메뉴와 배달음식 이용 후 만족도의 차이를 비교하기 위하여 독립표본 *t*-test를 실시하였으며, 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 이용 후 만족도에 미치는 영향 요인을 분석하기 위하여 다중회귀분석(multiple regression analysis) 실시하였다. 유의성 검증은 $p<0.05$에서 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 한국인 대학생과 중국인 유학생의 일반적 특성

한국인 대학생과 중국인유학생의 일반적 특성은 Table 1과 같다. 총 585명을 대상으로 조사한 결과 한국인 대학생 342명 중 남학생은 147명(43%), 여학생은 195명(57%)이며, 중국인 유학생 중 남학생은 104명(42.8%), 여학생은 139명(57.2%)으로 나타났다. 학년별로 한국인 대학생은 1학년 66명(19.3%), 2학년 95명(27.8%), 3학년 103명(30.1%), 4학년 78

Table 1. Comparison of general characteristics of Korean students and Chinese students N(%)

		Korean students	Chinese students	χ^2
Gender	Male	147(43.0)	104(42.8)	0.002
	Female	195(57.0)	139(57.2)	
School grade	Year 1	66(19.3)	54(22.2)	0.751
	Year 2	95(27.8)	65(26.7)	
	Year 3	103(30.1)	70(28.8)	
	Year 4	78(22.8)	54(22.2)	
Residence type	House	232(67.8)	0(0.0)	291.686***
	Dormitory	52(15.2)	176(72.4)	
	Boarding	58(17.0)	67(27.6)	
One month allowance (won)	Less than 300,000	74(21.6)	17(7.0)	93.164***
	300,000~590,000	166(48.5)	123(50.6)	
	600,000~990,000	34(9.9)	77(31.7)	
	More than 1,000,000	10(2.9)	21(8.6)	
	Never	58(17.0)	5(2.1)	
Body mass index (BMI)	Underweight	31(9.1)	53(21.8)	28.111***
	Normal	236(69.0)	126(51.9)	
	Overweight	39(11.4)	44(18.1)	
	Obesity	36(10.5)	20(8.2)	

***p<0.001, Significance as determines by χ^2 test.

명(22.8%)으로 나타났고 중국인 유학생은 1학년 54명(22.2%) 2학년 65명(26.7%), 3학년 70명(28.8%), 4학년 54명(22.2%)으로 나타났다. 거주형태로 한국인 대학생은 자택 232명(67.8%)이 가장 많은 반면 중국인 유학생은 기숙사 176명(72.4%)으로 높게 나타나 통계학적으로 유의적인 차이를 보였다(p<0.05). 한달 용돈인 경우 한국인 대학생은 30~59만원 166명(48.5%), 30만원 미만 74명(21.6%)이 대부분을 차지하고 있으며, 중국인 유학생은 30~59만원 123명(50.6%), 60~99만원 77명(31.7%)순으로 나타났으며 또한 체질량지수에서 한국인 대학생은 정상 236명(69%), 과체중 39명(11.4%), 비만 36명(10.5%), 저체중 31명(9.1%) 순으로, 중국인 유학생은 정상 126명(51.9%), 저체중 53명(21.8%), 과체중 44명(18.1%), 비만 20명(8.2%) 순으로 나타나 한국인 대학생과 중국인 유학생은 통계학적으로 유의적인 차이를 보였다(p<0.001).

2. 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식의 이용 비교

한국인 대학생과 중국인 대학생의 배달음식의 이용 현황은 Table 2와 같다. 배달음식을 이용하는 경우 한국인 대학생은 341명(99.7%), 중국인 유학생은 232명(95.5%)으로 나타나 통계학적으로 유의한 차이는 나타나지 않은 반면 배달음식 월 평균이용횟수 경우 한국인 대학생은 월3~4회 105명(30.7%), 월5~6회 71명(20.8%)으로 높은 반면 중국인 유학생은 월1~2회 53명(21.8%)이 높게 나타났으며, 배달음식 장소인 경우 한국인 대학생은 프랜차이즈점 289명(84.4%)을, 중국인 유학생은 개인점포 140명(57.4%)으로 선호하는 장소는 통계학적으로 유의한 차이를 나타냈다(p<0.001).

배달음식 정보획득인 경우 한국인 대학생은 어플리케이션 212명(61.4%)이 가장 선호한 반면, 중국인 유학생은 전단지 96명(39.3%)으로 선호도에 차이를 나타났으며, 또한 배달음식 주문방법인 경우 한국인 대학생은 모바일 앱 214명(62.2%), 핸드폰 125명(36.6%) 순으로 나타난 반면 중국인 유학생은 핸드폰 119명(49.0%), 모바일 앱 96명(39.5%) 순으로 나타나 통계학적으로 유의한 차이를 나타냈다(p<0.05). 그러나 배달음식 이용하는 날인 경우 한국인 대학생과 중국인 유학생은 각각 요일 상관없이 182명(53.2%), 123명(50.6%)으로 나타나 통계학적으로 유의한 차이는 나타나지 않았다.

배달음식의 이용시간의 경우 한국인 대학생은 오후 6~8시 이전이 117명(34.2%), 중국인 유학생은 오후 12~2시 이전이 67명(27.6%)으로 높게 나타나 한국대학생은 저녁시간에, 중국인 유학생은 점심시간에 주로 이용하는 것으로 나타났으며, 배달음식 평균지출 금액인 경우 한국대학생은 1만원~2만원 미만 186명(54.0%)이 가장 높게 나타난 반면 중국인 유학생은 1만원 미만 120명(49.4%)이 가장 높게 나타났으며, 배달음식 동반자인 경우 한국인 대학생은 가족 159명(46.5%), 친

Table 2. Comparison of food delivery usage patterns between Korean students and Chinese students N(%)

		Korean students	Chinese students	χ^2
Food delivery	Yes	341(99.7)	232(95.5)	12.677***
	No	1(0.3)	11(4.5)	
Average monthly usage	1~2 times a month	70(20.5)	53(21.8)	33.961***
	3~4 times a month	105(30.7)	35(14.4)	
	5~6 times a month	71(20.8)	38(15.6)	
	7~8 times a month	33(9.6)	36(14.8)	
	9 or more times per month	35(10.2)	46(18.9)	
	Almost never	28(8.2)	35(14.4)	
Store	Franchise	289(84.4)	103(42.6)	112.005***
	Individual	53(15.6)	140(57.4)	
Information	Media	13(3.9)	5(2.1)	81.943***
	Leaflet	45(13.4)	96(39.3)	
	Mobile app	212(61.4)	75(31.0)	
	Internet search	39(11.6)	17(7.0)	
	Recommendation	33(9.8)	50(20.7)	
Ordering method	Internet	2(0.6)	23(9.5)	47.566***
	Handphone	124(36.6)	119(49.0)	
	Mobile app	214(62.2)	96(39.5)	
	Free call	2(0.6)	5(2.1)	
The day of use	Weekday	57(16.8)	22(9.1)	18.228***
	Weekend	97(28.4)	80(32.9)	
	Holiday	6(1.8)	18(7.4)	
	It doesn't matter.	182(53.2)	123(50.6)	
Time of use	Before 12 a.m.	3(0.9)	11(4.5)	38.489***
	12~2 p.m.	52(15.5)	67(27.6)	
	2~3 p.m.	18(5.4)	19(7.8)	
	4~6 p.m.	54(16.1)	25(10.3)	
	6~8 p.m.	117(34.2)	52(21.4)	
	8~10 p.m.	51(15.2)	45(18.5)	
	10~12 p.m.	47(14)	24(8.8)	
Average amount of expenditure (won)	Less than 10,000	132(38.9)	120(49.4)	8.180*
	Less than 10,000~20,000	183(54.0)	102(42.0)	
	More than 20,000	24(7.1)	21(8.6)	
Companion	Alone	47(14.1)	78(32.1)	148.183***
	Friend	128(38.3)	161(66.3)	
	Family	159(47.6)	4(1.6)	

*p<0.05, ***p<0.001, Significance as determines by χ^2 test.

구 136명(39.8%) 순으로, 중국인 유학생은 친구 161명(66.3%), 혼자 78명(32.1%) 순으로 나타나 통계학적으로 유의한 차이를 나타냈다(p<0.05, p<0.001).

Ko MK(2011)는 우리나라 성인 남녀의 배달음식 이용실태에서 배달음식 횟수는 주 1~2회가 가장 높았으며, 이용하는 시간대는 6시~8시 26.3%, 8시~10시 23.3%, 오후 12시~2시 20.3%로 주로 주말에 많이 이용하고, 배달음식 이용점포는 프랜차이즈점이, 정보 취득은 주로 전단지와 스티커를, 주문

방법은 전화를 통한 주문이 높게 나타났다. 그리고 대구・경북지역 대학생 253명을 대상으로 진행한 Lee WH(2016)의 연구에서 음식 주문배달서비스 전문점 월 평균 이용횟수는 월 1~2회가 가장 많았고, 점포의 형태는 개인점포보다는 프랜차이즈를 많이 이용하며, 주문배달서비스에 관한 정보는 주로 '전단지(홍보책자)'를 통하여 얻는 것으로 나타났으며, 많은 응답자들이 전화로 주문을 하는 것으로 나타났다. 또한 이용하는 날은 '요일에 상관없이' 응답이 많았으며, 점심시간대인 오후 12~2시에 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 본 연구 결과 한국인 대학생인 경우 배달음식 이용 형태가 유사한 경향을 나타낸 반면 중국인 유학생의 배달음식 이용 형태와는 다소 차이가 있는 것으로 나타났다.

3. 한국인 대학생과 중국인 대학생의 배달음식 메뉴 선호도 비교

한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 선호하는 메뉴는 Table 3과 같다. 배달음식 선호메뉴인 경우 한국인 대학생은 양식(3.94점), 분식(3.76점), 중식(3.67점), 패스트푸드(3.59점), 한식(3.19점), 일식(2.96점) 순으로 선호하는 것으로 나타났고 중국인 유학생은 중식(3.77점), 양식(3.69점), 분식(3.38점), 패스트푸드(3.28점), 한식(3.23점), 일식(3.16점) 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 한국인 대학생과 중국인 유학생의 '한식'과 '중식'에 대한 선호점수는 통계학적으로 유의한 차이가 없는 반면, '양식', '일식', '분식', '패스트푸드'에 대한 선호점수는 통계학적으로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(p<0.05). 한국인 대학생이 중국인 유학생보다 양식, 분식, 패스트푸드에 대한 선호정도가 유의하게 높았고, 일식에 대한 선호정도는 중국인 유학생이 유의하게 높게 나타났다. Lee JS(2014)의 연구 결과 한국의 성인을 대상으로 배달음식 선호메뉴는 패스트푸드(51.7%)가 가장 높게 나타났고, Seo GH(2007)는 중식(34.3%)을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 한국인 대학생인 경우 Lee JS(2014)와 Seo GH(2007)의 연구에서는 대학생을 포함한 성인을 표본으로 삼았기 때문에 본 연구 결과와 다소 차이를 나타내었고, 중국인 유학생의 경우 가장 선호하는 메뉴는 중식(3.77)점으로 나타난 결과는 중국소비자들이 HMR식품을 구매 시 중식을 가장 선호한다는 연구 결과(Na HR 2017)와 일치한다.

4. 한국인 대학생과 중국인 대학생의 배달음식 이용 후 만족도 비교

한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 이용 후 만족도 비교는 Table 4와 같다. 배달음식 이용 후 만족인 경우 한국인 대학생은 맛(3.89점), 깔끔하고 편리한 포장용기 사용(3.74점), 양(3.66점), 다양한 주문 방법(3.61점), 제공온도와 과거의 먹은 경험(3.50점), 식재료의 질(3.48점)과 지불 방식의 다양성(3.48점), 메뉴 선택의 다양성(3.47점)과 종업원 및 배달원의 친절성(3.47점), 배달시간(3.36점), 위생(3.33점), 음식의 조리법(3.31점), 가격(3.26점), 이벤트 및 판촉행사(3.19점), 각종 쿠폰의 제공(3.18점), 광고(3.10점), 영양가(3.09점) 순으로 나타난 반면 중국인 유학생은 과거의 먹은 경험(3.69점), 맛(3.65점), 종업원 및 배달원의 친절성(3.62점), 위생과 다양한 주문방법(3.61점), 지불 방식의 다양성(3.58점), 제공온도(3.57점), 깔끔하고 편리한 포장용기 사용(3.53점), 양(3.52점), 배달시간(3.50점), 음식의 조리법(3.49점), 식재료의 질(3.47점), 메뉴 선택의 다양성(3.45점) 영양가(3.43점), 가격(3.42점), 각종 쿠폰의 제공(3.41점), 이벤트 및 판촉행사(3.40점), 광고(3.32점) 순으로 나타났다. 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 이용 후 만족도의 점수는 식재료의 질, 제공온도, 배달시간, 메뉴선택의 다양성, 지불 방식의 다양성, 다양한 주문 방법에서는 통계학적으로 유의한 차이가 나타나지 않은 반면 맛, 양, 각종 쿠폰의 제공, 깔끔하고 편리한 포장용기 사용의 만족점수는 한국인 대학생이 중국인 유학생보다 유의하게 높은 것으로 나타났고, 가격, 영양가, 위생, 과거의 취식경험, 음식의 조리법, 종업원 및 배달원의 친절성, 이벤트 및 판촉행사는 중국인 유학생이 한국인 대학생보다 만족도가 높은 것으로 나타났다(p<0.05). Kim SJ(2010)의

Table 3. Comparison of Korean and Chinese students' favorite menus for delivery food

Favorite menu	Korean students	Chinese students	t-value
Korean food	3.19±1.26[1)]	3.23±0.86	−0.421
Chinese food	3.67±0.84	3.77±0.96	−1.361
Western food	3.94±0.93	3.69±0.87	3.218*
Japanese food	2.96±1.25	3.16±1.02	−2.192*
Snack bar	3.76±1.04	3.38±0.89	4.666*
Fast food	3.59±1.07	3.28±0.96	3.555*

1) Mean±S.D.

*p<0.05, Significance as determines by t-test.

Table 4. Comparison of satisfaction levels of Korean students and Chinese students after using food delivery

Variables	Korean students	Chinese students	*t*-value
Quality of food	3.48±0.71[1)]	3.47±0.69	0.184
Taste	3.89±0.62	3.65±0.72	4.058*
Quantity	3.66±0.66	3.52±0.74	2.309*
Price	3.26±0.83	3.42±0.72	−2.462*
Nutrition	3.09±0.68	3.43±0.72	−5.885*
Sanitation	3.33±0.70	3.61±0.81	−4.051*
Advertisement	3.10±0.78	3.32±0.74	−3.490*
Provide temperature	3.50±0.82	3.57±0.75	−1.144
Delivery time	3.36±0.91	3.50±0.78	−1.954
Intake experience	3.50±0.74	3.69±0.67	−3.147*
Cooking method	3.31±0.66	3.49±0.72	−3.068*
Variety of menu choice	3.47±0.76	3.45±0.77	0.304
Offer various coupons	3.18±0.81	3.41±0.86	−3.353*
Variety of payment methods	3.48±0.79	3.58±0.79	−1.447
Hygienic packaging and containers	3.74±0.73	3.53±0.83	3.184*
Kindness of the delivery	3.47±0.79	3.62±0.75	−2.326*
Events and promotions	3.19±0.71	3.40±0.75	−3.348*
Various order ways	3.61±0.76	3.61±0.78	−0.125

[1)] Mean±S.D.

*$p<0.05$, Significance as determines by *t*-test.

주문배달서비스 음식의 이용 후 만족도는 음식에 관련된 항목(맛, 양/ 온도)과 주문의 편리 및 신속성에 만족하게 인지하였으나 배달원에 관해서는 전반적으로 가장 낮게 나타났다. 따라서 음식의 관리 및 편리하고 신속한 서비스에 만족하나 배달원의 자세나 태도에 대한 교육이 필요함을 지적하과 있다.

5. 배달음식 이용 후 만족도에 미치는 영향 요인

배달음식 이용 후 만족도에 미치는 영향 요인을 다중 회귀분석한 결과는 Table 5와 같다.

한국인 대학생의 경우 배달음식 요인 중 음식품질 만족도(β=0.518)에서 양의 유의한 영향력을 나타났으며 중국인 유학생의 경우 메뉴긍정 요인(β=0.533)에서 양의 유의한 영향력을 나타났다. Park & Bae(2020)는 배달음식에 대한 전체적인 만족도에 미치는 요인으로는 '배달 플랫폼의 품질(β=0.412), '배달서비스의 품질(β=0.329)', '편의성과 다양성(β=0.288)', '배달음식의 품질(β=0.340)', '건강과 안전(β=0.149)'으로 전체적인 만족도에 유의적인 영향을 주는 것으로 분석되었다. 본 연구결과 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식의 이용 후 만족도에 미치는 영향 요인은 다소 차이가 나타났다.

요약 및 결론

본 연구는 경기지역 한국인 대학생과 한국에서 유학중인

Table 5. Influencing factors the satisfaction after using delivery food by Korean students and Chinese students

	Korean students			Chinese students		
	B	*t*	*p*-value	B	*t*	*p*-value
Constant	1.859	2.568	0.011	3.143	6.181	0.000
Food quality	0.518	2.612	0.009	−0.139	−0.922	0.358
Service factor	0.061	0.335	0.738	−0.023	−0.164	0.870
Menu positive	−0.417	−1.681	0.094	0.533	2.894	0.004

Dependent variable: satisfaction after using delivery food.

중국인 유학생을 대상으로 배달음식에 대한 이용 형태와 이용 후 만족도와 배달음식 이용에 미치는 영향 요인을 비교 분석한 결과는 다음과 같다. 한국인 대학생과 중국인 유학생의 배달음식 월 평균 이용횟수, 장소, 정보획득 방법, 주문방법, 평균지출금액, 동반자에 대해서는 통계학적으로 유의한 차이를 나타났다. 한국인 대학생은 배달음식 월 평균이용횟수 월 3~4회가 30.7%로, 중국인 유학생은 월 1~2회가 21.8%로 가장 높게 나타났고, 배달음식 주문방법에서 한국인 대학생은 모바일 앱 62.2%로, 중국인 유학생은 핸드폰 49.0%로 높게 나타났다. 선호하는 메뉴에서 한국인 대학생과 중국인 유학생의 '한식'과 '중식'에 대한 선호점수는 통계학적으로 유의한 차이가 없는 반면, '양식'. '일식', '분식', '패스트푸드'에 대한 선호점수는 통계학적으로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 배달음식 이용 후 만족도에서 한국인 대학생은 맛이 3.89점, 깔끔하고 편리한 포장용기 사용이 3.74점으로 높게 나타났고, 중국인 유학생은 과거의 먹은 경험 3.69점, 맛 3.65점 순으로 높게 나타났다. 배달음식 이용 후 만족도에 미치는 영향 요인은 한국인 학생의 경우 음식품질 만족도(β=0.518)가, 중국인 유학생의 경우 메뉴긍정요인(β=0.533)에서 영향력이 나타났다. 따라서 경지지역에 거주하는 한국인 대학생과 중국인 유학생을 대상으로 배달음식의 이용형태와 만족도에는 다소 차이가 있었으나 코로나 19로 인한 비대면 식품구매서비스 이용 증가의 비중 높아짐에 따라 대학생들의 배달음식 이용 형태 및 만족도 향상을 위해서는 배달음식의 품질, 서비스, 편의성과 다양성, 건강과 안전 요인에 대해서 지속적인 개선이 필요하다고 판단된다.

References

Jang JS. 2019. The effect on the dietary habits and food purchase type according to the stress in Chinese students. *Korean J Food Nutr* 32:267-274

Jang JS. 2020. Factors affecting the usage pattern and satisfaction of delivery food according to the food-related lifestyle of Chinese students in Gyeonggi area. *Korean J Food Nutr* 33:356-361

Kim BR. 2013. Structural relations of convenience food satisfaction and quality of lofe according to dietary style. Master's Thesis, Sookmyung Women's Univ. Seoul. Korea

Kim JY, Song HJ, Park SS. 2005. Segmentation of the home meal replacement (HMR) market by lifestyle: The case of S department store in Kang-nam, Seoul. *J Foodserv Manage* 8:137-154

Kim SJ. 2010. A study on the selection attributes of delivered food service - concentrating on the households with students. *J Appl Tourism Food Beverage Manage Res* 21: 23-42

Ko MK. 2011. Consumption pattern and nutrition labeling recognition of delivery food. Master's Thesis, Chungang Univ. Seoul. Korea

Korea Immigration Service [KIS]. 2021. Monthly Statistics for Immigration Policy

Kwon KT. 2008. A study on the reinforcement strategies of brand image in the foodservice delivery stores. *Tourism Res* 26:35-50

Lee JS. 2014. A study on the effects of selection attribute importance of delivery food on behavioral intention. Master's Thesis, Woosong Univ. Daejeon. Korea

Lee KS, Bae SY, Lee CH. 2018. The factors influencing adaptation to college life and acculturation stress of Chinese students studying in Korea. *Korean J Youth Stud* 25:231-264

Lee WH. 2016. A study on the types of food delivery service and select properties according to dietary lifestyle. Master's Thesis. Daegu Catholic Univ. Gyeongsan. Korea

Lu WF. 2012. Acculturation and changes in dietary habits of Chinese students living in Korea. Master's Thesis, Myongji Univ. Seoul. Korea

Na HR. 2017. A cross-cultural study of consumers' HMR purchase behavior and food-related lifestyle. Master's Thesis, Kookmin Univ. Seoul. Korea

NEWSIS. 2021. Corona delivery food market. Available from https://newsis.com/view/?id=NISX20210222_0001347095 [cited 22 May 2021]

Park MS, Bae HJ. 2020. Analysis of the factors influencing customer satisfaction of delivery food. *J Nutr Health* 53: 688-701

Seo GH. 2007. Study on delivery food of behaviorism of use and selective attribution according to lifestyle. Master's Thesis, Kwangwon Univ. Seoul. Korea

Received 10 June, 2021
Revised 21 July, 2021
Accepted 29 July, 2021