

국내 패스트푸드점에 대한 소비자 의견조사 - 제 2보 : 면류체인점을 중심으로 -

류은순·곽동경

연세대학교 가정대학 식생활학과
(1989년 9월 25일 접수)

Consumer Opinions on Fast Foods and Foodservice - II. Noodle Chain Restaurants -

Eunsoon-Lyu and Tongkyung-Kwak.

Department of Food & Nutrition, College of Home Economics, Yonsei University
(Received September 25, 1989)

Abstract

A secondary survey was conducted to investigate the customers' opinions on fast foods at thirty noodle chain restaurants in Seoul from November 16 to 25, 1988. The results are summarized as follows:

584 customers were surveyed consisting 42% of male and 58% of female. Proportion of age groups was 32.9% of adolescents, 38.7% of young adults, and 28.4% of adults. Females and young adults visited more than once or twice a week.

The majority of customers had a favorable opinions to 'convenience in diet' and 'use on busy', but unfavorable to 'constant quality of meals is keeping', and 'consistency in service is keeping'.

The priority of important factors in purchasing fast foods were the cleanliness, taste of meals, convenience, and the price. Customers were most satisfied with atmosphere, while least satisfied with the price.

I. 서 론

80년대에 이르러 고도의 경제성장과 산업화의 급격한 신장에 따라 사회, 경제적 제반 요인과 함께 국민들의 식생활에 대한 가치관이 변하게 되었다.

특히, 각종의 국제적인 행사와 '86 아시안 게임, '88 올림픽 등은 우리나라에서 외식산업의 붐을 가속시켰고 우리의 식생활에 많은 영향을 미치게 하였다."

현재 우리나라에서 외식산업의 여러가지 업태 중에서 가장 각광을 받으며 빠른 성장을 보이고 있는 산업은 패스트푸드산업으로 우리나라 외식산업에서 많은 비중을 차지하고 있는 상황이다. 우리나라 패스트푸드업체는 크게 햄버거, 치킨, 도우넛, 피자, 면류체인점으로 나누어 볼 수 있다. 면류를 제외한 서구형 패스트푸드는 1979년 Lotteria가 처음 개점한 이후 세계의 유명 상표 패스트푸드업체가 국내에 진출하여 서구식 패스트

푸드가 주종을 이루어 식문화의 서구화를 촉진시켰다. 그러나 1982년 국내보급형 프랜차이즈 시스템을 도입하여 면류체인점으로 다림방이 처음 체인화를 시작하였고 1983년 11월 장터국수가 본격적인 국내 보급형 체인점화의 시대를 열어 면류체인점은 약 1,000여개로 패스트푸드산업에서 큰 비중을 차지하고 있다. 특히 경영면에서, 적은 자본으로 직접 점포를 운영할 수 있는 잇점으로 인해 이제까지 단일 점포 위주로 운영되어 오던 분식식당과는 달리 단일상호 아래 전국적으로 수십개의 체인망을 이룬 가맹점들이 새로운 분식식대를 열고 있다.

면류체인점은 우리나라 주식에 가까운 메뉴를 갖고 있으므로 서구식 패스트푸드와는 달리 메뉴 자체가 거부반응 없이 받아들여지고 있어 서구식 패스트푸드점의 고객이 10-20대의 젊은층인데 비해 면류점은 중, 장년층에 이르기까지 고객의 연령층이 다양하여 우리나라

외식산업에 크게 기여하고 있다.

서구식 패스트푸드에 외국 유명업체와 기술도입 계약 등을 맺고 체계화된 운영시스템 내에서 꾸준한 성장을 보이고 있으나 이와는 달리 순수한 국내상표로서 운영되고 있으며 급성장을 보이고 있는 면류체인점은 아직 프랜차이즈 시스템의 경영방식의 미숙 및 인식의 부족으로 인해 여러가지 운영상의 어려움을 겪고 있다. 그러므로 계속 밀려오는 서구식 패스트푸드산업 속에서 면류체인점이 정착하기 위해서는 패스트푸드의 특징인 음식의 질, 서어비스, 청결을 향상시키기 위해 우리 고유의 맛의 보존과 개발, 서어비스의 개선, 식당의 위생관리에 대한 소비자의 견해를 파악함으로써 관리운영의 규격화, 표준화를 실현시키는 것이 중요한 과제라 하겠다.

따라서 본 연구의 목적은 면류체인점의 특징인 음식의 질, 서어비스, 청결, 가격에 대한 소비자들의 견해를 파악하고 또한 이에 대한 만족도를 분석함으로써 면류체인점을 위한 효율적인 마케팅 전략을 수립하기 위한 실증적 근거를 제공하기 위한 것이다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 조사는 1988년 11월 16일부터 11월 25일까지 실시하였으며, 서울의 시내 중심지역, 학교주변, 아파트지역, 지하철, 터미널주변, 주택가 등에 위치한 30개의 면류체인점을 방문하여 그곳을 이용하는 고객을 대상으로 총 600부의 설문지를 배부한 후 부실기재된 것을 제외한 584부를 조사자료로 이용하였다.

2. 조사내용 및 방법

본 조사를 측정하기 위한 설문지는 기존의 문헌연구를 기초로 작성하여 예비조사를 거쳐 완성된 것으로서 대상자에 대한 모든 자료는 훈련된 조사원이 조사대상자와 직접 면담을 통하거나 대상자로 하여금 직접 기록하게 하여 수집하였다.

본 조사의 설문지에 포함된 문항들은, 조사대상의 일반적인 특성을 파악하기 위한 사항 6문항과 면류체인점

Table 1. Age and sex distribution of subjects N(%)

Sex	Age Adolescents (15-19)	Young adults (20-25)	Adults (above 26)	Total
Male	65 (11.1)	76 (13.0)	92 (15.8)	233 (39.9)
Female	127 (21.8)	150 (25.7)	74 (12.6)	351 (60.1)
Total	192 (32.9)	226 (38.7)	166 (28.4)	584 (100.0)

과 식생활 태도에 대한 문항 5문항, 면류체인점의 음식에 대한 견해(상품력) 6문항, 서어비스력, 점포의 청결, 가격에 대한 문항 각각 5문항, 면류체인점 선택시 중요하게 여기는 사항 10문항으로 구성되었으며 각 문항은 Likert 형 5점 척도³⁾를 사용하였다. 각 문항의 평가기준은 '국내 패스트푸드점에 대한 소비자 의견조사, 제 1보와 같다.

3. 조사자료의 통계처리 방법

본 조사자료의 처리와 분석은 SPSS 프로그램을 이용한 전자계산조직을 사용하였으며 제 1보에서의 통계처리 방법과 동일 방법을 이용하여 분석하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 사항

Table 1에는 면류체인점을 찾는 고객을 연령 및 성별로 집계하였다. 면류체인점을 이용하는 고객은 연령별로 볼 때 청소년 32.9%, 청년 38.7%, 성인 28.4%이었고 성별로는 여성이 고객 중 60.1%이었다. 모⁴⁾의 보고에 의하면 패스트푸드점 이용 연령층에서 31세 이상의 성인은 14%에 불과하다고 하였는데 같은 패스트푸드이지만 면류체인점은 모든 연령층이 골고루 이용하고 있었다. 또한 여성 고객이 58%로 집계되었는데 모⁵⁾의 보고에서도 패스트푸드점을 이용하는 고객 중 여성이 61%로 집계되어 여성이 남성보다 간단하게 식사를 할 수 있는 패스트푸드를 더 즐기고 있는 것으로 나타났다.

Table 2는 조사대상자의 직업 및 수입정도에 대한 분포로 면류체인점을 이용하는 고객은 직장인과 학생이 각각 44.9%, 52.7%이었으며 월평균 수입정도는 90만원 미만이 70%로 집계되어, 분식점을 많이 이용하는

Table 2. General background of subjects

Background	Number	Percent
<i>Occupation</i>		
Employed	262	44.9
Student	308	52.7
Unemployed	14	2.4
Total	584	100.0
<i>Monthly Income</i>		
Low (below 300,000 Won)	47	8.5
Middle (300,000-900,000 Won)	342	61.5
High (above 900,000 Won)	167	30.0
Total	556	100.0

Table 3. Frequent choice of fast food restaurants

N (%)

	Hamburger rest.	Pizza rest.	Noodle rest.	Freid chicken rest.	r ²	Prob.
<i>Sex</i>						
Male	57 (9.8)	#33 (5.7)	97 (16.2)	47 (8.1)	2.51592	NS
Female	85 (14.6)	39 (6.7)	#158 (27.2)	68 (11.7)		
Total	142 (24.4)	72 (12.4)	252 (43.4)	114 (19.8)		
<i>Age</i>						
Adolescents	#71 (12.2)	15 (2.6)	74 (12.8)	31 (5.3)	35.51789	0.0000
Young adults	48 (8.3)	25 (4.3)	#107 (18.4)	46 (8.0)		
Adults	23 (3.9)	#32 (5.5)	71 (12.2)	#38 (6.5)		
Total	142 (24.4)	72 (12.4)	252 (43.4)	115 (19.8)		
<i>Occupation</i>						
Employed	44 (7.5)	#47 (8.1)	#114 (19.6)	#56 (9.6)	24.84303	0.0001
Student	#98 (16.9)	25 (4.3)	138 (23.8)	59 (10.2)		
Total	142 (24.4)	72 (12.4)	252 (43.4)	115 (19.8)		
<i>Monthly income</i>						
Low	11 (2.0)	6 (1.1)	#24 (4.5)	5 (0.9)	26.20914	0.0001
Middle	#91 (16.4)	35 (6.3)	#151 (27.4)	64 (11.7)		
High	33 (6.0)	#30 (5.4)	59 (10.7)	#42 (7.6)		
Total	135 (24.4)	71 (12.8)	235 (42.6)	111 (20.2)		

NS: Not Significant #: Observed frequency > Expected frequency

Table 4. Frequency of visits to noodle restaurants

N (%)

	Frequently (more than 1/week)	Sometimes (1-2/month)	Rarely (1/4 month)	x ²	Prob.
<i>Sex</i>					
Male	89 (15.3)	101 (17.3)	#43 (7.4)	7.49860	0.0235
Female	#149 (25.5)	149 (25.6)	52 (8.9)		
Total	238 (40.8)	250 (42.9)	95 (16.3)		
<i>Age</i>					
Adolescents	73 (12.5)	66 (11.3)	#53 (9.1)	48.33364	0.0000
Young adults	#113 (18.9)	96 (16.5)	20 (3.4)		
Adults	55 (9.4)	#88 (15.1)	22 (3.8)		
Total	238 (40.8)	250 (42.9)	95 (16.3)		
<i>Occupation</i>					
Employed	99 (17.0)	#133 (22.8)	30 (5.2)	14.32239	0.0006
Student	#139 (23.8)	117 (20.1)	65 (11.1)		
Total	238 (40.8)	250 (42.9)	95 (16.3)		

#: Observed frequency > Expected frequency

학생들과 중산층에서 면류체인점을 많이 이용하고 있는 것으로 집계되었다.

2. 패스트푸드점의 선택 및 이용빈도

Table 3에서 조사대상자가 주로 많이 이용하는 패스트푸드점을 성별, 연령별, 직업별, 수입별로 집계한 결과, 연령별, 직업별, 수입별에 따라 패스트푸드점을 선택에 유의적인 차이가 있었다($p < 0.0001$).

연령별로 보면 청소년은 햄버거점을, 청년은 면류체인점을, 성인은 피자점, 후라이드치킨점을 더 많이 선택하였다. 유⁶⁾의 대학생의 점심 섭취 실태에 관한 연구에서는 조사대상자의 35.9%가 매식장소로 분식점을 이용한다고 하였고, 노⁷⁾의 서울지역 대학생의 외식실태 및 기호도 조사 연구에서도 조사대상자인 대학생들의 40.7%가 외식시 분식점을 이용한다고 하여 우리나라의 젊은 연령층이 면류점을 많이 이용하고 있는 것으로 나타났다.

직업별로 보면 직장인은 피자점, 면류체인점, 후라이드치킨점을, 학생은 햄버거점을 더 많이 선택하는 경향을 보였다. 수입별로는 저소득층은 면류체인점을, 중산층은 햄버거점, 면류체인점, 고소득층은 피자점과 후라이드치킨점을 더 많이 선택하고 있었다.

Table 4는 조사대상자가 면류체인점을 이용하는 빈도에 대한 결과를 집계 한 것으로 성별에 따라 남자는 한달에 1회 이상의 가끔 이용하는 사람이 17.3%, 여자는 1주일에 1회 이상의 자주 이용하는 사람이 25.5%를 나타냈으며 성별간에 유의적인 차이가 있었다($p < 0.05$). 연령별로 보면 청소년층은 거의 이용하지 않는 편이었고 청년층이 자주 이용하는 편이었으며 성인은 가끔 이용하는 것으로 나타나 유의적인 차이가 있었다($p < 0.000$). Table 3에서와 같이 청소년층이 주로 이용하는 패스트푸드점은 햄버거점이며 청년층은 면류체인점인 것으로 보아 청소년층이 면류체인점을 이용하는 빈도수는 적어지는 것 같다. 노⁷⁾의 보고에서도 청년층인 대학생들의 77.3%가 하루에 1번 이상 외

식을 하였으며 여대생들의 외식횟수가 많다고 하여 현재 면류체인점이 점차 늘어나고 있는 상태에서 이용자는 더 많아질 것으로 추측 할 수 있다.

3. 패스트푸드와 식생활과의 관계

Table 5는 면류체인점이 생김으로써 식생활 태도의 변화에 대한 견해를 집계하였다. 성별, 연령별, 이용빈도에 따라 '식생활이 편리해진 경향이 있음'에 대해 모든 집단에서 높은 점수를 보였고 여자, 청소년과 청년, 면류체인점을 자주 이용하는 사람이 비교 집단보다 더 호의적이었으며 유의적인 차이를 나타냈다($p < 0.01$). 청소년과 청년, 면류체인점을 자주 이용하는 사람들은 외식횟수가 증가한 경향이 있다고 하였으며 시간이 없을 때 이용하는 편으로 나타났고 비교 집단과는 유의적인 차이가 있었다($p < 0.05$). 앞으로 면류체인점은 바쁜 생활을 하는 현대인들에게 우리의 음식을 간편하고 빠르게 제공하는 외식장소로서 더 많은 발전을 할 것으로 기대된다.

4. 패스트푸드점의 특성에 대한 견해

Table 6에는 패스트푸드점의 특성인 상품력, 서어비스력, 점포력에 대한 소비자들의 견해를 집계하였다. 상품력인 음식에 대한 견해는 '음식이 깔끔하고 깨끗하다', '한끼 식사로 양이 적절하다'에는 높은 점수를 나타냈으나 '음식의 영양가가 적절하다'와 '우리나라 고유의 맛을 갖는다'에는 낮은 점수를 나타내 영양섭취 문제에 대한 연구와 아울러 음식의 맛에 대한 연구 개발에 관심을 기울여야 하겠다. 또한 조사대상자들은 '같은 체인점이면 어디서나 음식 맛이 같음'에 대해서도 낮은 점수 분포를 보였는데 면류체인점이 프랜차이즈 시스템으로 경영된다고 하지만 아직 우리나라에서는 조리방법의 표준화를 통해 각 점포에서 일률적인 품질의 음식을 제공하는 이 시스템의 특징을 충분히 살리지 못하고 있어 관리운영의 미숙함을 보여주고 있다. 성별, 연령별, 이용빈도별로 살펴보면, '한끼의 식사로 양이

Table 5. Fast food and dietary attitude by sex, age and frequency of visits

M (SD)

Dietary attitude	Sex		Age			Frequency of visits		
	Male	Female	Adolescents	Young adults	Adults	Frequently	Sometimes	Rarely
Convenience in diet	** 3.09 (1.21)	3.36 (1.05)	** 3.35 (a) (1.04)	3.32 (a) (1.06)	2.81 (b) (1.31)	** 3.58 (a) (0.98)	3.12 (b) (1.12)	2.74 (c) (1.22)
Increase of eating out	2.71 (1.25)	2.88 (1.20)	** 2.92 (a) (1.22)	2.87 (a) (1.21)	2.47 (b) (1.18)	** 3.05 (a) (1.22)	2.76 (1.15)	2.33 (b) (1.23)
Use on busy	3.24 (1.22)	3.18 (1.28)	* 3.01 (a) (1.28)	3.27 (a) (1.21)	3.39 (b) (1.34)	* 3.33 (a) (1.25)	3.18 (1.23)	2.96 (b) (1.34)

** $p < .05$, * $p < .01$

(a), (b): Means followed by different letters are significantly different by Scheffe-test

Table 6. Opinions on characteristics of noodle restaurant by sex, age and frequency of visits.

M (SD)

Characteristics	Sex		Age			Frequency of visits		
	Male	Female	Adolescents	Young adults	Adults	Frequently	Sometimes	Rarely
Meals								
Quantity of meals is proper	* 2.97 (1.19)	3.47 (1.08)	* 3.33 (a) (1.19)	3.32 (a) (1.09)	3.01 (b) (1.22)	** 3.52 (a) (1.06)	3.19 (1.15)	2.84 (b) (1.24)
Meals are nutritious	2.81 (1.03)	2.88 (0.92)	* 2.90 (a) (0.98)	2.89 (a) (0.94)	2.64 (a) (1.03)	2.96 (0.97)	2.77 (0.96)	2.81 (0.97)
Meals are hygienic	3.69 (0.98)	3.63 (0.98)	3.64 (1.03)	3.65 (0.89)	3.72 (1.11)	3.63 (0.99)	3.67 (0.94)	3.65 (1.06)
Taste peculiar to the Korean meals	2.85 (1.12)	2.92 (0.98)	* 2.80 (a) (0.99)	2.85 (a) (1.01)	3.16 (b) (1.17)	2.90 (1.04)	2.89 (1.05)	2.86 (1.01)
The consistent quality of meals are keeping	3.06 (0.97)	3.02 (1.10)	3.09 (1.03)	2.96 (1.06)	3.15 (1.04)	* 2.91 (a) (1.11)	3.09 (1.01)	3.21 (b) (0.97)
Taste of meals is proper	3.35 (1.00)	3.46 (0.94)	* 3.58 (a) (0.93)	3.36 (0.95)	3.29 (b) (1.04)	3.44 (0.97)	3.41 (0.96)	3.40 (0.98)
Service								
Convenience to eat	3.73 (0.96)	3.88 (0.86)	* 3.00 (a) (0.90)	3.87 (b) (0.82)	3.52 (1.07)	** 3.99 (a) (0.81)	3.77 (0.90)	3.50 (b) (1.01)
Meals served rapidly	3.34 (1.13)	3.40 (1.05)	3.36 (1.14)	3.46 (1.02)	3.20 (1.14)	* 3.41 (a) (1.13)	3.43 (a) (1.05)	3.15 (b) (1.03)
Consistently in service is keeping	** 2.88 (1.12)	2.54 (1.12)	* 2.58 (a) (1.09)	2.63 (1.11)	2.96 (b) (1.21)	2.66 (1.15)	2.64 (1.14)	2.80 (1.07)
Cleanliness								
Dining facilities are clean	3.27 (1.08)	3.32 (1.03)	3.31 (1.11)	3.33 (0.98)	3.32 (1.12)	* 3.22 (1.07)	3.45 (a) (1.00)	3.10 (b) (1.07)
Tablewares are clean	3.48 (1.02)	3.43 (1.04)	3.45 (1.06)	3.49 (0.97)	3.35 (1.12)	3.44 (1.08)	3.49 (1.02)	3.37 (0.95)
Dining space is proper	2.53 (0.97)	2.67 (0.92)	* 2.67 (1.17)	2.36 (a) (1.05)	2.74 (b) (1.28)	* 2.45 (a) (1.12)	2.51 (a) (1.15)	2.80 (b) (1.14)
Price								
Price of meals is cheaper than hamburger	** 2.73 (1.13)	3.05 (1.06)	** 3.02 (a) (1.04)	2.44 (b) (1.06)	3.03 (a) (1.19)	3.02 (0.92)	2.92 (1.01)	2.88 (0.97)
Price of meals is proper	2.78 (1.15)	3.05 (1.07)	** 2.59 (a) (1.10)	2.53 (a) (0.98)	2.78 (b) (1.00)	** 3.15 (a) (1.08)	2.84 (1.09)	2.66 (b) (1.15)
Meals are cheap as compared with quantity	2.62 (1.03)	2.64 (1.06)	** 2.53 (a) (1.08)	2.58 (a) (1.01)	2.94 (b) (1.02)	2.70 (1.10)	2.59 (1.00)	2.57 (1.01)

** $p < .05$, * $p < .01$

(a), (b): Means followed by different letters are significantly different by Scheffe-test

적절하다'는 견해에 대해서는 유의적인 차이가 있었다 ($p < 0.01$). 여자, 청소년과 청년, 면류체인점을 자주 이용하는 사람이 남자, 성인, 면류체인점을 자주 이용하지 않는 집단보다 높은 점수를 나타냈다. '영양가가 적절하다'와 '우리나라 고유의 맛을 갖고 있다'에 대해서는 청소년과 청년이 성인보다 높은 점수의 분포를 나타냈으며 유의적인 차이가 있었고 ($p < 0.05$), '대부분의 음식이 입맛에 맞는다'에 대해서는 청소년이 청년과 성인보다 높은 점수 분포를 나타냈으며 유의적인 차이가 있었다 ($p < 0.05$).

서비스면에서는 '간편하게 이용할 수 있다', '음식이 빨리 나온다'의 편이성과 음식이 제공되는 속도에 대해서는 긍정적인 반응을 보여 면류체인점이 패스트푸

드의 특징을 잘 나타내고 있었으나 '같은 체인점이면 종업원의 서비스가 같다'는 의견에는 낮은 점수를 나타내 종업원관리에서 문제점이 나타나고 있으므로 앞으로 종업원의 관리방법과 교육에 대한 개선책이 연구 개발되어야 하겠다. '간편하게 이용할 수 있는 점'과 '인물적인 종업원의 서비스', '음식이 빨리 나오는 면'에서는 연령별, 성별, 이용빈도별로 유의적인 차이가 나타났다 ($p < 0.05$).

점포적인 식당의 청결, 위생면에서는 '식당의 의자, 테이블, 식당바닥이 깨끗하다', '식기가 깨끗하다'에 대해서는 비교적 높은 점수를 보여 면류체인점에 대해 좋은 이미지를 갖고 있으나 식당공간에 대해서는 좁다고 하였는데 이는 대부분의 면류체인점이 식당의 규모를

Table 7. Opinions of important characteristics of noodle restaurants

Ranks	Characteristics	Mean \pm S.D.
1	Cleanliness of restaurant	4.180 \pm 0.987
2	Taste of meals	4.132 \pm 1.027
3	Convenience	3.986 \pm 1.018
4	Price	3.925 \pm 1.032
5	Courtesy/Friendliness	3.908 \pm 1.044
6	Nutritious meals	3.868 \pm 0.992
7	Atmosphere of restaurant	3.858 \pm 1.050
8	Speed of service	3.745 \pm 1.017
9	Quantity of meals	3.707 \pm 1.068
10	Brand of restaurant	3.053 \pm 1.143

10명 미만으로 정해놓고 가맹점을 모집하기 때문인 것으로 보인다. 식당공간에 대해서는 청년과 면류체인점을 자주 이용하는 사람이 더 부정적인 견해를 갖고 있었으며 각각 비교 집단과는 유의적인 차이가 있었다 ($p < 0.05$).

가격면에서는 '햄버거점과 비교시 면류체인점의 음식 가격이 더 싸다'는 의견은 긍정적인 견해와 부정적인 견해가 비슷한 분포를 보였으나 음식에 비해 가격이 비싼편에 높은 점수의 분포를 보여 면류체인점이 가격에 대해서는 패스트푸드의 특징인 싸가격이라는 이미지를 크게 부각시키지 못하고 있었다. 집단간에 비교해 볼 때, 여자가 남자보다 그리고 청년, 청소년이 성인보다 음식의 가격이 더 싸다고 생각하고 있었으며, 각각 비교집단과 유의적인 차이가 있었다 ($p < 0.05$). 음식의 가격에 대해서는 성인과 면류체인점을 자주 이용하는 사람이 비교집단보다 음식의 가격이 적절하다고 생각하고 있었으며 유의적인 차이를 보였다 ($p < 0.05$).

5. 면류체인점 선택시의 중요성과 만족도

Table 7에는 면류체인점을 선택할 때 중요시 여기는 특성에 대한 순위를 집계하였다. 조사대상자들은 식당의 청결을 가장 중요시 했으며 그 다음은 음식의 맛, 간편성, 가격의 순서이었다. 미국에서 패스트푸드점을 이용하는 소비자를 대상으로 한 조사¹⁶⁾에서 소비자가 패스트푸드점을 선택할 때 중요하게 여기는 특성은 음식의 맛, 가격, 간편성이라 하여 우리나라의 소비자와 비슷한 경향을 보였다. 또한 각 식당에 대한 소비자 반응에 관한 연구¹⁷⁾에서도 Quick service에서는 청결을 가장 중요시 여기고 그 다음은 음식의 맛, 가격, 간편성의 순서라 하여 청결, 음식의 맛, 가격, 간편성이 패스트푸드점을 선택하는 소비자들이 중요시 여기는 문제라 할 수 있다.

Table 8. Spearman's correlation between important factors and satisfied factors to characteristics of noodle restaurants

Characteristics	ρ	Prob.
Taste of meals	0.1820	0.000
Nutritious meals	0.0900	NS
Quantity of meals	0.0847	NS
Convenience	0.2308	0.000
Speed of service	0.0792	NS
Courtesy/Friendliness	0.0323	NS
Atmosphere of restaurant	0.1182	0.002
Cleanliness of restaurant	0.0813	NS
Price	-0.1100	0.000

NS: Not Significant

Table 8은 면류체인점의 특성 중 중요하게 여기는 정도와 이용시 만족하는 정도에 대한 상관관계의 결과이다. 음식의 맛과 간편하게 이용할 수 있는 점, 식당의 분위기에 대해서는 중요하게 생각하는 정도와 만족하는 정도는 유의적인 양의 상관관계를 보였고 ($p < 0.005$), 가격에 대해서는 낮은 음의 상관관계를 나타내 ($p < 0.000$) 소비자들은 음식의 맛, 간편성, 식당의 분위기에 대해서는 만족하는 편이었으나 음식의 가격은 만족하는 편이 아닌 것으로 집계되었다.

IV. 결 론

1. 조사대상자의 면류체인점 이용분포는 연령별로는 청소년층이 32.9%, 청년층이 38.7%, 성인층이 28.4%로 고른 분포를 보였고 여성고객이 58%로 면류체인점을 이용하였다. 패스트푸드점 중에서 주로 선택하는 장소는 청소년층은 햄버거점, 청년층은 면류체인점, 성인은 피자, 후라이드치킨점 이었다. 면류체인점을 이용하는 빈도는 여자, 청년, 학생층이 1회/주 이상으로 우리나라의 면류체인점은 주로 청년층이 많이 이용하는 것으로 나타났다.

2. 면류체인점이 생김으로써 식생활 변화에 대한 견해로는 '식생활이 편리해진 경향이 있다'가 56.4%이고, 51.5%는 '시간이 없을 때 이용한다고 하였고 37.1%는 '외식 횟수가 증가하는 경향이 있다'하여 이용자들이 면류체인점에 대해 긍정적인 반응을 갖고 있는 것으로 나타났다.

3. 면류체인점의 특성에 대한 견해로 '음식이 깔끔하고 깨끗한 편'이라고 하였으나 '음식의 영양가가 적절하다'와 '우리 고유의 맛을 갖는다'에는 부정적인 견해를 갖고 있었다. 또한 체인점의 특징인 '같은 상호이면 어느 장소에서나 일률적으로 똑같은 음식의 맛과 서어비

스를 제공 받을 수 있는 점에 대해서는 매우 부정적인 의견을 갖고 있어 프랜차이즈 시스템의 특징을 살리지 못하고 있었다.

4. 면류체인점을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 사항은 식당의 청결, 음식의 맛, 간편성, 가격의 순위로 나타났고 면류체인점을 이용할 때 만족하는 정도와 중요하게 생각하는 정도와의 관계에서 음식의 맛, 간편성, 식당의 분위기에 대해서는 만족하는 편이었으나 가격에 대해서는 만족하지 못하였다.

참고문헌

1. 모수미: 외식산업의 발달이 국민영양 및 식생활에 미치는 영향, 한국영양학회지, **19**, 120, 1986.
2. 한국식품공업협회: 외식산업의 현황분석과 개선방안에 관한 연구, 1988, 12.
3. 김성동: 사회조사연구방법, 박영사, 1988.
4. 모수미, 전미정, 배수경, 이수경: 패스트푸드의 외식행동에 관한 2차 실태 조사, 한국식문화학회지, **4**, 83, 1989.
5. 모수미, 김창영, 이실열, 윤운영, 이정신, 최경숙: 패스트푸드의 외식행동에 관한 실태조사, 한국식문화학회지, **1**, 295, 1986.
6. 유영삼: 대학생의 점심섭취실태에 관한 연구, 대한가정학회지, **19**, 165, 1981.
7. 노정미, 유영삼: 서울지역 대학생의 외식실태 및 기호도 조사 연구(I), 대한가정학회지, **27**, 65, 1989.
8. A Report by the American Council on Science and Health: "Fast Food" and the American Consumer, *J. Am. Dietet. A.*, **81**, 579, 1982.
9. Power, T.F.: Introduction to Management in the Hospitality Industry, 2nd. ed., John Wiley & Sons, Inc., NY., p.50, 1984.