

## 대학생들의 편의식 이용실태에 관한 연구(강릉지역을 중심으로)

김혜영 · 정수진  
성신여자대학교 식품영양학과

### Dietary behavior of college students in Kangreung Area on Convenience food

Kim, Heh Young, Jeong, Soo Jin  
Department of Food & Nutrition, Sungshin Women's University

#### Abstract

The usage status of convenience food, convenience food restaurants and satisfaction level was surveyed from local college students in Kangreung to provide fundamental data for developing more appropriate convenience food. The subjects (80.4%) answered that they are quite aware of convenience food or to some degree. They normally consumed convenience food in the convenience food restaurants (48.8%). In many cases they took it as a snack (69.6%), and the most frequently consumed item was ramyun (45.8%). The main reason for consuming convenience food was to save time (44.8%). Regarding the price and sanitation level of convenience food, only 17.2% and 22% were satisfied, respectively. The results of analyzing the usage status and the satisfaction level with convenience food by gender and housing status showed that the highest rate of people (46.0%) answered that, "because it is convenient" was the main reason for using convenience food restaurants. Female students ( $P \leq 0.014$ ) and the students staying away from home used convenience food restaurants more often than male students and the students staying in their own homes. Especially the students who have to cook for themselves fell into the high rate of convenience food restaurant users ( $P \leq 0.001$ ). The convenience food restaurant with the highest usage rate was hamburger restaurant (38.8%).

Key words : convenience food, convenience food restaurants, satisfaction level

#### 1. 서 론

고도의 경제 성장과 산업화는 핵가족화, 야간 활동 인구 증가, 소비 패턴의 다양화, 편리성 추구 경향, 그리고 여성의 사회 진출 증가 등의 사회변화적 요인들과 더불어 식생활을 변화시켰을 뿐 아니라 식품 소비 구조에까지 영향을 끼쳐 외식 산업의 발전을 유도하게 되었다. 식생활 중 식품의 구매 및 이용에서도 과학적·기능적으로 질적인 향상을 위한 노력이 요구되고 있고, 또한 식생활의 서구화에 따라 식사를 밥이 아닌 밀가루 음식으로 대체하는 경향의 증가, 생활권의 확대에 따라 가정 이외의 장소에서 식사를 하거나 가정에서 식사를 하더라도

편리성을 추구하는 경향의 증가로 인해 편의식(Convenience foods)이 등장하게 되었으며 그 이용이 점차 보편화되고 있다. 편의식이란 미리 어느 정도의 처리가공을 거침으로써 간단한 조리절차에 의하여 먹을수 있도록 가공된 식품으로서<sup>1), 2)</sup>, 가열하거나 또는 가열하지 않고 즉석에서 먹을 수 있는 상태로 만들어진 식품을 칭한다<sup>3)</sup>.

편의음식점은 1955년 미국 일리노이주 Desplains에서 맥 도날드 레스토랑이 개점한 이래 현재까지 꾸준한 성장세를 보여 현재 약 9,000여개의 업소로 성장하고 있으며<sup>4)</sup>. 우리나라에서는 1970년대에 햄버거를 위주로 한 몇가지의 편의식이 있었으나 별로 반응이 좋지 않다가 1979년 롯데리아의 개점에 이어 '86 아시아 게임과 '88 서울 올림픽을 계기로 햄버거, 후라이드 치킨, 도우넛 그리고 피자 등이 외국 유명 메이커와 상표 및 기술 도입 계약을 맺고 서울의 변화가와 많은곳에서 개점하게 되면서 점차로 성황을 이루게 되어<sup>5) 6)</sup>, 현재 전문적

Corresponding author: Heh-Young Kim, Sungshin Women's NUniversity, 249-1, Dongsun-dong 3ga, sungbuk-gu, Seoul, 136-742, Korea  
Tel : 02-920-7202  
Fax : 02-925-4501  
E-mail : hykim@cc.sungshin.ac.kr

인 편의식을 취급하는 점포수는 약 1,000여개 이상에 달한다고 보고되고 있다. 편의식과 편의음식점에서 제공되는 음식들이 이전 간식이 아닌 한 끼 식사로서의 자리를 잡아가고 있다는 인식의 변화는 주지의 사실이다. 외국에서는 이론적 연구를 배경으로 편의식과 편의음식점에 대한 고객만족과 서비스 품질을 중심으로한 연구가 많이 수행되었으나, 국내에서는 아직 관심에 비해 연구가 미흡한 편이다.

이런 편의식과 편의음식점의 주 소비층이라 할 수 있는 대학생은 청년기의 마지막 시기로서 발달과정상의 한 과도기에 속한다. 규칙적이었던 중·고등학교 시절과는 달리 많은 자유로운 시간을 통해 스스로 선택해야 하는 대학생들의 생활양식은 그 나름대로 독특한 환경이라 할 수 있다.<sup>11)</sup> 국내에서도 이런 대학생들을 대상으로 한 영양섭취 실태조사가 1950년대 후반부터 시작되었는데, 여대생의 식품 기호 조사 및 기숙사생들의 영양섭취 조사, 대학 신입생들의 체위 조사 등이었다. 이에 반해 대학생들의 식습관에 대한 조사연구는 부족한 편이며, 특히 지방의 대학생들에 대한 조사 연구는 매우 부족한 실정이다.

본 연구에서는 강릉지역 대학생들을 대상으로 대학생들의 편의식에 대한 이용도 및 인지도를 파악하고, 편의식 구매후의 만족도를 평가하며, 편의음식점에 대한 이용실태를 파악함으로써 보다 적합한 편의식 개발을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 조사는 2001년 3월14일부터 30일까지 16일동안 강릉에 소재하고 있는 4개 대학을 방문, 무작위로 대상을 선정하여 이들에게 설문지 총 650부를 배포하였으며, 즉석에서 회수된 500부를 연구에 사용하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

본 연구에 사용된 설문지는 강릉에 소재한 대학의 학생들에게 집중 대면 조사를 통해 예비조사를 실시한 후 본 연구에 맞게 연구자가 직접 개발하였다. 설문지 조사 내용으로는 성별, 주거 형태별로 나누어서 대학생의 일반사항 조사, 편의식에 대한 인지도, 편의식 구매후의 만족도, 편의음식점의 이용 실태 등을 조사하였다.

## 3. 자료의 통계 분석

수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science)를 사용하여 모든 문항의 단순빈도와 백분율을 구하고 각 항목의 상호관련성 및 유의성 차이를 검증하기 위해 이원교차표(cross table)를 작성하여 각 항목별로  $\chi^2$ -test를 실시하였다. 유의 수준은 5% 이내로 하였다. 편의식 구매후의 만족도 조사에서는 조사방법의 평가 기준으로 '아주 만족한다'를 5점, '만족한다'를 4점, '그저 그렇다'를 3점, '불만족하다'를 2점, '아주 불만족하다'를 1점으로 하여 각 항목의 평균 점수를 내어 그 값이 높을수록 만족도가 높은 것으로 처리하였다.

## III. 연구결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반 사항

조사대상자는 강릉 소재 대학에 재학중인 학생들로 그 구성은 Table 1과 같이 남자 227명(45.4%), 여자 273명(54.6%)이었으며, 연령별 구성은 18세부터 26세까지가 470명으로 전체 500명의 94%를 차지하였다. 조사대상자의 주거 형태는 자택인 경우가 314명으로 62.8%를 차지했고, 비 자택인 경우가 186명으로 37.2%이었다. 비 자택 186명 중 자취를 하는 경우가 120명이었고, 하숙을 하는 경우가 29명이었으며, 기타 친척집이 37명이었다.

Table 1. Composition and residing pattern of respondent (=500)

Composition of respondent		N	%
Sex	Males	227	45.4
	Females	273	54.6
Age	18	98	19.6
	19	155	31
	20	77	15.4
	21	25	5
	22	35	7.0
	23	33	6.6
	24	25	5
	25	10	2
	>26	42	8.4
Residing pattern		N	%
Private		314	62.8
Non-private		186	37.2
cooking food for oneself		120	24.0
lodging		29	5.8
relatives		37	7.4

\* N : Number    % : Percentage

## 2. 편의식에 대한 인지도

### 1) 편의식에 대한 인식

편의식 인지 여부는 Table 2에 나타난 바와 같이 '잘 알고 있다'라고 대답한 경우가 전체 500명 중 137명으로 27.4%를 차지하였고, '어느 정도 알고 있다'가 265명 53%, '들어본적은 있다'가 96명 19.2%로 답해 편의식에 대해 일반적으로 잘 알고 있는 것으로 나타났다.

편의식을 먹는 장소는 Table 3과 같다. '편의음식점에서만 먹는다'가 244명(48.8%)으로 가장 많았고, '집에 가지고 가서 먹는다'가 132명(26.4%), '다른 장소에서 먹는다'가 119명(23.8%), 무응답 5명(1.0%)의 순으로 나타나 강릉 지역에서는 편의식을 그 자리에서 바로 먹는 경우가 많았고, 아직은 편의식이 지참음식(take away foods)으로서 활성화가 이루어지지 않았음을 알 수 있다.

### 2) 편의식의 이용 실태 조사

편의식을 이용하는 용도는 '간식으로'라고 답한 응답자가 Table 4에서와 같이 69.6%(348명)로 가장 많았고, '점심으로'(18.6%), '저녁으로'(7.4%, 37명), '아침으로'(3.2%, 16명) 순이었다(무응답 3.2%, 6명).

Table 2. Acknowledgement on convenience food

Variables	N	%
Only at fast food restaurant	244	48.8
At home	132	26.4
At other place	119	23.8
No answer	5	1.0
Total (N)	500	100

\*N: Number %: Percentage

이 결과는 편의식이 소비자들에게 한끼 식사용이라기보다는 시간에 배고픔을 줄이는 간식으로서의 인식이 지배적이라고 볼 수 있다. 즉, 편의식에 대한 영양적인 면에서의 신뢰도가 낮은 것으로 볼 수 있다. 모 등<sup>7)</sup>은 편의식의 외식행동에 관한 실태조사에서 다수의 이용자인 44%가 편의식을 간식의 정도로만 먹으로 김 등<sup>8)</sup>도 편의식의 이용 목적을 66.3%가 간식용으로 응답해 위의 연구와 동일한 결과를 보였다.

주로 이용하는 품목을 1순위에서 8순위까지 묻는 질문에 대한 결과는 Table 5에 나타난 바와 같다. 편의식 중 주로 이용하는 품목으로는 '라면'이

Table 3. Location to have convenience food

Use of convenience food	N	%
Luncheon	348	69.6
Lunch	93	18.6
Dinner	37	7.4
Breakfast	16	3.2
No answer	6	1.2
Total (N)	500	100

\* N : Number % : Percentage

Table 4. Use of convenience food

Acknowledgement on convenience food	N	%
Very well	137	27.4
To a certain extent	265	53.0
Heard of	96	19.2
No answer	2	0.4
Total (N)	500	100

\* N : Number % : Percentage

Table 5. List of convenience food commonly requested

List	1st	2nd	3rd	4th	5th	6th	7th	8th	Average of rank
Ramyeon	219 (45.8%)	79 (16.5%)	55 (11.5%)	55 (11.5%)	31 (6.5%)	17 (3.6%)	13 (2.7%)	9 (1.9%)	2.47
Kimbab	127 (26.6%)	186 (38.9%)	64 (13.4%)	40 (8.4%)	24 (5.0%)	15 (3.1%)	15 (3.1%)	7 (1.5%)	2.56
Hamburger	68 (14.2%)	62 (13.0%)	115 (24.1%)	90 (18.8%)	67 (14.0%)	42 (8.8%)	21 (4.4%)	13 (2.7%)	3.63
Sandwich	27 (5.6%)	61 (12.8%)	108 (22.6%)	118 (24.7%)	75 (15.7%)	40 (8.4%)	38 (7.9%)	11 (2.3%)	4.00
brown bag	11 (2.3%)	42 (8.8%)	74 (15.5%)	97 (20.3%)	125 (26.2%)	69 (14.4%)	43 (9.0%)	17 (3.6%)	4.56
Freezed	5 (1.0%)	16 (3.3%)	27 (5.6%)	34 (7.1%)	60 (12.6%)	113 (23.6%)	141 (29.5%)	82 (17.2%)	6.01
Jajangmyn	13 (2.7%)	16 (3.3%)	15 (3.1%)	18 (3.8%)	56 (11.7%)	115 (24.1%)	119 (24.9%)	126 (26.4%)	6.22
Hot cereal	8 (1.7%)	16 (3.3%)	20 (4.2%)	26 (5.4%)	40 (8.4%)	67 (14.0%)	88 (18.4%)	213 (44.6%)	6.54
Total (N)	478								

45.8%(219명)로 가장 이용률이 높았고, '김밥'이 26.6%(127명), '햄버거'가 14.2%(68명), '샌드위치'가 5.6%(27명)로 나타났으며, 나머지는 '냉동'(2.7%, 13명), '도시락'(2.3%, 11명), '냉동짜장면'(1.0%, 5명), '죽'(1.7%, 8명) 순이었다. 이것은 김 등<sup>10)</sup>의 연구와도 일치하는 경향을 보였다.

편의식을 이용하는 이유는 Table 6과 같다. '시간을 절약할 수 있어서'가 44.8%(213명)로 가장 큰 이유로 나타났고, 나머지는 '전자렌지 등을 사용하여 간편하게 조리해서 먹을 수 있기 때문에'(17.1%, 81명), '먹을 수 있는 공간이 있기 때문에'(12.2%, 58명), '여러 가지 음식을 기호대로 다양하게 선택할 수 있기 때문에'(11.8%, 56명), '포장하여 가져갈 수 있기 때문에'(8.0%, 38명), '값이 저렴하여'(6.1%, 29명)의 순으로 나타나 빠른 시간에 식사를 해결하려는 경향이 두드러졌다.

**Table 6. Reason of using convenience food**

Reason of using convenience food	1st	2nd	3rd	4th	5th	6th	Average of rank
Saving time	213 (44.8%)	93 (19.6%)	79 (16.6%)	38 (8.0%)	32 (6.7%)	20 (4.2%)	2.25
Convenient by using microwave oven	81 (17.1%)	85 (17.9%)	108 (22.7%)	109 (22.9%)	48 (10.1%)	44 (9.3%)	3.19
Various selection based on one's flaver	56 (11.8%)	71 (14.9%)	107 (22.5%)	116 (24.4%)	67 (14.1%)	58 (12.2%)	3.51
Passible to take away	38 (8.0%)	112 (23.6%)	92 (19.4%)	81 (17.1%)	92 (19.4%)	60 (12.6%)	3.54
Room for eating	58 (12.2%)	74 (15.6%)	59 (12.4%)	79 (16.6%)	145 (30.5%)	60 (12.6%)	3.76
Low price	29 (6.1%)	40 (8.4%)	30 (6.3%)	52 (10.9%)	91 (19.2%)	233 (49.1%)	4.76
Total (N)	475						

**3. 편의식 구매후의 만족도**

편의식 구매 후의 만족도에 대한 결과는 Table 7 같다. 비교적 만족도가 높다는 반응('아주 만족한다-만족한다)을 보인 것 중에는 '음식의 맛'이 52.6%(263명), '제품의 이름'이 55%(275명), '제품의 종류'가 50.2%(251명)로 나타났다. 그러나 '제품의 가격'과 '위생상태'에 대해서는 '17.2%(86명)' '22%(110명)'에 불과해 불만족스럽게 생각하고 있는 결과를 보였다.

그의 점포 분위기에 대해 '아주 만족'하거나 '만족한다'고 답한 경우는 41.8%(209명), 제품의 분량은 32.6%(163명), 종업원의 서비스에 대해서는 31.6%(158명)가 '아주만족'하거나 '만족한다'고 답했다.

따라서 식품업계에서는 경제적이고 양질의 편의식을 개발하여야 할 것이다.

**Table 7. Satisfaction on each item after purchase of convenience food**

Item	Very satisfied	Satisfied	Normal	Un-satisfied	Very unsatisfied	No answer	Average of satisfaction
Brand of product	34 (6.8%)	241 (48.2%)	195 (39.0%)	15 (3.0%)	13 (2.6%)	2 (0.4%)	3.54
Flaver of product	39 (7.8%)	224 (44.8%)	212 (42.4%)	7 (1.4%)	16 (3.2%)	2 (0.4%)	3.53
Variety of product	22 (4.4%)	229 (45.8%)	204 (40.8%)	32 (6.4%)	11 (2.2%)	2 (0.4%)	3.44
Atmospher of store	26 (5.2%)	183 (36.6%)	235 (47.0%)	44 (8.8%)	10 (2.0%)	2 (0.4%)	3.34
Amount of product	9 (1.8%)	154 (30.8%)	246 (49.2%)	72 (14.4%)	17 (3.4%)	2 (0.4%)	3.13
Service of employee	23 (4.6%)	135 (27.0%)	233 (46.6%)	92 (18.4%)	15 (3.0%)	2 (0.4%)	3.12
Sanitary situation	13 (2.6%)	97 (19.4%)	250 (50.0%)	121 (24.2%)	17 (3.4%)	2 (0.4%)	2.94
Price of product	11 (2.2%)	75 (15.0%)	255 (51.0%)	123 (24.6%)	34 (6.8%)	2 (0.4%)	2.81

Table 8-1. Safety in packing of convenience food

Safety in packing of convenience food	N	%
Normal	390	78.0
Not secure	90	18.0
Secure	20	4.0
Total (N)	500	100

\*N:Number %:Percentage

Table 8-2. Balance in nutrition of convenience food

Balance in nutrition of convenience food	N	%
Normal	302	60.4
Nutritiously unbalanced	184	36.8
Nutritious	14	2.8
Total (N)	500	100

편의식의 포장상태의 안전도, 영양적 균형, 품목의 다양성, 유통기한 엄수에 대한 만족도에 대한 평가는 Table 8-1~4와 같다. 모든 항목에 대해 '보통'이라고 답한 경우가 많아 다소 긍정적인 견해를 갖고 있다고 볼 수는 없으나 유통기한 엄수에 대해서는 '어느정도 지켜지고 있다'고 응답한 사람이 81.2% (406명)로 다른 문항에 비해 긍정적 견해가 컸다. 반면 영양적 균형에 대해서 '영양적이다'라고 긍정적인 평가를 한 경우가 2.8%로 다른 문항에 비해 가장 낮았고, '영양적으로 균형적이지 못하다'가 36.8%로 다른 문항에 비해 비교적 부정적으로 평가됨으로써 영양적인 편의식 개발이 절실하다고 사료된다.

#### 4. 편의음식점의 이용 실태

##### 1) 편의음식점을 찾는 동기

편의음식점을 찾는 동기는 '식사하기가 간편해서'가 46.0%(230명), '친구들과 어울릴 수 있는 장소이므로'가 28.2%(141명)이었다. 영양이 풍부해서 편의음식점을 찾는다는 대답은 단 한 명도 없었는데 편

Table 9. Motivation of visiting fast food restaurant

Motivation of visiting fast food restaurant	N	%
Convenient to dine	230	46.0
Location for easily getting together	141	28.2
Favored food	60	12.0
Scheduled appointment with friends or get together	40	8.0
Refreshment	24	4.8
Nutritious	0	0
No answer	5	1.0
Total (N)	500	100

\*N:Number %:Percentage

Table 8-3. Variance of convenience food

Diversity in items of convenience food	N	%
Normal	321	64.2
Not various	92	18.4
Various	82	16.4
No answer	5	1.0
Total (N)	500	100

\*N:Number %:Percentage

Table 8-4. Strict observance of duration of convenience food

Strict observance of duration of convenience food	N	%
To a certain extent observed	406	81.2
Not observed at all	56	11.2
Strictly observed	34	6.8
No answer	4	0.8
Total (N)	500	100

\*N:Number %:Percentage

의음식점을 찾는 동기는 Table 9와 같다.

따라서 식사를 편하게 해결하려는 경향이 조사의 결과에서 나타났다. 전체적으로 볼 때 식(食)의 레저화와 편의식의 장점인 간편화 등의 편의를 제공하는 면에 있어서는 모등<sup>9)</sup>의 조사결과와 일치하였고, 영양적인 면에는 반응을 보이지 않았는데 이 결과는 한<sup>10)</sup>의 결과와 일치하는 것으로 나타났다.

##### 2) 편의음식점의 이용 횟수

성별에 따른 편의음식점 이용횟수의 결과는 Table 10과 같다. 남자 225명 중 '1주일에 1회 이상' 편의음식점을 이용하는 경우가 125명(55.6%), '한 달에 한두 번 이용'하거나 '거의 이용하지 않는 경우'가 100명(44.5%)이었으며, 여자의 경우는 '1주일에 1회 이상' 편의음식점을 이용하는 경우가 181명(66.3%) '한 달에 한두 번 이용'하거나 '거의 이용하지 않는 경우'가 92명(33.7%)으로 남학생보다는 여학생이 통

Table 10. Frequency of using fast food restaurant

Frequency of using fast food restaurant	Male		Female	
	N	%	N	%
More than once in a day	26	11.6	38	13.9
1-3 times in a week	93	41.3	126	46.2
4-6 times in a week	6	2.7	17	6.2
1-2 times in a month	69	30.7	73	26.7
Seldom use	31	13.8	19	7.0
Total (N)	225	100	273	100

\*  $\chi^2 = 6.011$ , DF = 1, P = 0.014

\* Result except 2 non-respondent among 500 in all

\* N :Number % : Percentage

계학적으로 유의하게 편의음식점을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.(P=0.014)

주거형태에 따른 편의음식점 이용횟수는 Table 11과 같다. 자택에 거주하는 313명 중 '1주일에 1회 이상' 편의음식점을 이용하는 경우가 178명(56.9%), '한 달에 한두 번 이용' 하거나 '거의 이용하지 않는' 경우가 135명(43.1%)이었으며, 비자택에 거주하는 285명 중 '1주일에 1회 이상' 편의음식점을 이용하는 경우가 128명(69.2%), '한 달에 한두 번 이용' 하거나 '거의 이용하지 않는' 경우가 57명(30.8%)으로, 자택에 거주하는 학생보다는 비 자택에 거주하는 학생들이 통계학적으로 유의하게 편의음식점을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다(P=0.006).

Table 12과 Fig. 1에 나타난 바와 같이 비 자택에 거주하는 학생의 경우를 좀 더 자세히 살펴보면, 자취를 하는 학생 119명 중 '1주일에 1회 이상' 편의음식점을 이용하는 경우가 93명(78.1%), '한 달에 한두 번 이용' 하거나 '거의 이용하지 않는' 경우가 26명(21.8%)으로, 하숙을 하는 경우나, 기타 친척집에 거주하는 학생들에 비하여 통계학적으로 유의하게 편의음식점을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다(P=0.001 & P=0.01)

**Table 11. Frequency of using fast food restaurant based on residing pattern**

Frequency of using fast food restaurant	Private		Non-private	
	N	%	N	%
More than once in a day	35	11.2	29	15.7
1-3 times in a week	129	41.2	90	48.6
4-6 times in a week	14	4.5	9	4.9
1-2 times in a month	98	31.3	44	23.8
Seldom use	37	11.8	13	7.0
Total (N)	313	100	185	100

\*  $\chi^2 = 7.450, DF = 1, p = 0.006$

\* Result except 2 non-respondent among 500 in all

\* N : Number % : Percentage

**Table 12. Frequency of using fast food restaurant based on residing pattern of non-private resident**

Frequency of using fast food restaurant	Cooking food for oneself		Lodging		Relatives	
	N	%	N	%	N	%
More than once in a day	21	17.6	3	10.3	5	13.5
1-3 times in a week	65	54.6	9	31.0	16	43.2
4-6 times in a week	7	5.9	2	6.9	0	35.1
1-2 times in a month	21	17.6	10	34.5	13	0
Seldom use	5	4.2	5	17.2	3	8.1
Total (N)	119	100	29	100	37	100

\* Cooking food for oneself - Lodging :  $\chi^2 = 10.391, DF = 1, P = 0.001$

\* Cooking food for oneself - Relatives :  $\chi^2 = 6.566, DF = 1, P = 0.01$

\* Lodging - Relatives :  $\chi^2 = 0.469, DF = 1, P = 0.493$

\* N : Number % : Percentage

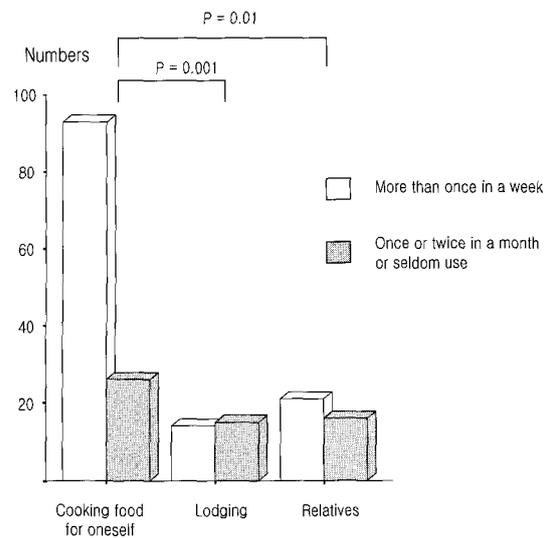
### 3) 자주 이용하는 편의음식점

자주 이용하는 편의음식점은 Table 13과 같다. 햄버거점이 194명(38.8%)으로 가장 높았고, 김밥점이 98명(19.6%), 면류점이 92명(18.4%), 피자점 48명(9.6%), 치킨점 40명(8.0%), 아이스크림점 23명(4.6%)의 순으로 나타났다.

위와 같은 결과는 식생활의 간소화 및 서구화, 식사 시간의 단축을 요구하는 외식문화의 발전과 부합되며<sup>13)</sup>, 한끼 식사 대응으로 선택시 영양적인 면도 고려되어야 하겠다.

## IV. 요약 및 결론

본 연구에서는 간편하고 경제성이 있을 뿐 아니라 영양적으로 균형된 편의식을 제공하고 대학생들



**Fig 1. Frequency of using fast food restaurant based on residing pattern of non-private resident**

Table 13. Types of fast food restaurant commonly used

Rank of answer	Hamburger store		Store of Kimbap		Noodle house		Pizzeria		Chicken house		Ice cream	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1st	194	38.8	98	19.6	92	18.4	48	9.6	40	8.0	23	4.6
2nd	110	22.0	113	22.6	97	19.4	87	17.4	52	10.4	36	7.2
3rd	63	12.6	99	19.8	127	25.4	85	17.0	74	14.8	47	9.4
4th	60	12.0	90	18.0	74	14.8	101	20.2	108	21.6	62	12.4
5th	39	7.8	67	13.4	67	13.4	108	21.6	112	22.4	102	20.4
6th	29	5.8	28	5.6	38	7.6	66	13.2	109	21.8	225	45.0
No answer	5	1.0	5	1.0	5	1.0	5	1.0	5	1.0	5	1.0
Total	500	100	500	100	500	100	500	100	500	100	500	100
Average of rank	2.45		3.00		3.08		3.67		4.06		4.74	

\* N : Number % : Percentage

에게 올바른 영양 지식을 습득시킬 교육자료를 얻으며 올바른 식생활 문화 정착에 기여하고자 강릉 지역 대학생들의 편의식에 대한 이용도와 인지도 및 구매후 만족도, 그리고 편의음식점에 대한 이용 실태와 만족도를 조사한 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반 사항: 조사대상자는 남자 227명(45.4%), 여자 273명(54.6%)이었으며, 연령별로는 18세부터 26세까지가 470명으로 전체 500명의 94%를 차지하였다.
2. 편의식에 대한 인지도: 편의식에 대해 80.4%가 일반적으로 잘 알고 있는 것으로 나타났고, 편의식은 주로 편의음식점에서 먹는 것으로 나타나(48.8%) 아직은 지참음식(take away food)의 활성화가 이루어지지 않는 형태였다. 이용용도는 간식으로 먹는 경우가 69.6%를 차지한 반면 한끼 식사용으로 먹는다는 대답은 29.2%에 불과해 편의식이 한끼 식사용이라기 보다는 식간에 배고픔을 줄이는 간식으로서의 인식이 지배적이었다. 또한 주로 이용하는 품목으로는 '라면'이 가장 이용율이 높았고(45.8%), 편의식을 이용하는 이유로는 '시간을 절약할 수 있어서'가 가장 높게 나타나(44.8%) 빠른 시간에 식사를 해결하려는 경향이 두드러졌다.
3. 편의식 구매후의 만족도: 조사대상자는 '음식의 맛', '제품의 이름', '제품의 종류'에 대해서는 높은 만족도를 나타낸 반면(52.6%, 55%, 50.2%) '제품의 가격'과 '위생상태'에 대해서는 17.2%, 22%에 불과해 불만족스러워 하는 결과를 보였다.
4. 편의음식점의 이용 실태: 식사하기가 간편해서 편의음식점을 이용(46.0%)한다는 의견이 높은 것으로 보아 식사를 편하게 해결하려는 경향이 강했고 반면 영양이 풍부해 편의음식점을 찾는다는

대답은 전혀 없었다(0%).

이상의 결과를 토대로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1. 편의식의 영양적 균형, 제품의 가격, 위생상태에 대해서 신뢰도나 만족도가 떨어지므로 소비자들이 편의식에 대한 체계적인 영양정보 및 영양교육 등이 이루어짐과 동시에 경제적이고 양질의 편의식을 개발해야 할 것이다.
2. 대학생들의 편의식 이용도가 증가할 것으로 예상되므로 영양성과 일상성에 초점을 둔 편의식 산업이 하나의 훌륭한 외식산업으로 발전되도록 그에 따른 많은 연구가 요구된다.

## 참고문헌

1. Kim, H.Y. : Food Service Organizations, The Hyo il, P 305-311, 1998
2. The Korean Nutrition Society : 한국영양자료집, 신광출판사, P 96, 1989
3. Im, J.B., Seo, B.S., Lee, H.G., and Chang, Y.K.: The Korean Home Economics Association, 28(3) : 33-50, 1990
4. Jacobson, M. F., Fast foods and quick plaques, Am. J. Cariol, 59 : 721-723, 1987
5. Park, C. and Jun, J.K: Consumer Attitudes and Satisfaction for Fast-Food Restaurants in Busan, J. Foodservice Management, 4(2): 73-90, 2001.
6. 월간 식품과 위생 12, P 27-29, 1986
7. Mo, S.M., Kim, C.I., Lee, S.Y., Yoon, E.Y., Lee, K.S. and Choi, K.S: A Study on Dining out Behaviours of Fast Foods-Focused on Youido Apartment Compound in Seoul, J. Dietary Culture 1(3): 295-309, 1986.
8. Jeon, M.J., Kim, B.H., and Lee K. S., and Mo, S.M.: A Survey of Fast Food Dining out Behaviors, Korean J. Dietary Culture, 145-150, 1990.
9. Mo, S.M., Jeon, M.J. Baek, S.K., and Lee, S.K: A Secondary Survey of Fast Food Dining out Behaviours-

- Focused on Youido Apartment Compound in Seoul-, Korean J. Dietary Culture, 4(1) 83-84, 1989
10. Joo, H.M.: A Study of College Student Behaviors on Fast Food Restaurants in Seoul Area, Korean J. Dietary Culture, 7(2): 91-96, 1992.
11. 오은주, 일부 대학생들의 식습관과 건강상태에 관한 연구, 한양대학교 석사논문, 1987.
- 
- (2002년 6월 20일 접수, 2002년 8월 5일 채택)