

# 서울·경기 일부지역 대학생의 Take-out Food 이용실태

유성은·한영실·주나미  
숙명여자대학교 대학원 전통식생활문화과

## A Study on the Take-Out Food Usage of University Students in Seoul and Some Regions in Gyeonggi-do.

Sung-eun Yu, Yeong-sil Han and Na-mi Joo

Department of Traditional Dietary Life Food, Graduated School, Sookmyung Women's university

### Abstract

This study was designed to identify the take-out food usage of university students in Seoul and Gyeonggi-do. Questionnaires were used to analyze these habits among 500 respondents.

1. The Frequency of Take-Out Food use: the greatest proportion of students used take-out foods once or twice a week (33.8%). 2. The reasons for Take-Out Food use: fastness was the major reason (47.8%). 3. The day of the week for Take-Out Food use: the majority of the students used Take-Out foods regardless of the day (54.4%). 4. The time of day for Take-Out Food use: 6~8 p.m. for 31.6%. 5. The cost spent in each meal: 51.6% spent 3,000 to under 5,000 won. 6. The menus of Take-Out Food used: coffee was the most popular of all the take-out foods (43.6%). 7. Points considered when buying Take-Out Food: the majority of the college students thought tastes and quality of the foods were the most important considerations (51.0%). 8. The source of information about Take-Out Food: 43.4% of the students obtained information from their friends.

Key words: Take-out Food, Franchise

## 1. 서 론

지금 우리는 다변화하고 있는 국제화 시대에 살고 있으며<sup>1)</sup> 핵가족화, 개인주의화, 야간 활동 인구 증가, 대중 소비시대<sup>2)</sup>로 소비패턴의 다양화, 편리성 추구<sup>3)</sup>, 여성의 사회 진출 증가, 주부의 시간가치 상승을 나타내고 있다<sup>4,5)</sup>.

인간의 사회 생활이 변화되어 가면서 식생활 양식 또한 그 양상을 달리하여 변화하였다<sup>6)</sup>. 한 사회의 식생활은 그 사회의 경제 사회적 구조 시대의 소득수준, 식량정책, 산업기술과 식습관 등에 의해 생성되어지는 복합적인 요소를 가지고 있으며, 이러한 요소들은 우리 식생활에 영향을 미치고 있다<sup>7)</sup>.

외환위기 이후에 계속되는 구조조정으로 소자본 창업을 시도하는 사람들이 증가하면서 외식산업은

더욱더 호황을 맞고 있고<sup>8)</sup> 핵가족화와 독신자 가족의 증대 등 가족제도의 변화로 인해<sup>9)</sup> 점점 외식의 기회가 증대되고 음식물 또한 국내산 뿐 아니라 외국산을 접할 기회가 커지게 되어 국제화 및 외식화 되었으며, 이로 인해 외식산업의 다양한 발전을 보이게 되었다<sup>10~12)</sup>.

현재 주요 외식산업의 형태로는 서구식 패스트푸드를 취급하는 프랜차이즈(franchise)<sup>13)</sup> 상점, 음식 및 음료 등을 가지고 갈 수 있는 음식을 취급하는 Take-out Food점, 식사하면서 아울러 휴식을 취할 수 있는 카페, 가족단위 외식의 중심이 되는 패밀리 레스토랑 등이 있는데<sup>14)</sup> 최근 아주 빠른 속도로 성장 보급되고 있는 Take-out Food점에 대한 관심이 고조되고 있다.

Take-out Food란 음식 및 음료를 집으로 음식을 가져가도록 포장해 주는 서비스를 제공하는 곳으로 패스트푸드점이 외식의 간소화에 비중을 두는 반면, 포장음식점은 가정식의 간소화에 대응해서 발전한 것으로 볼 수 있다<sup>15)</sup>.

Corresponding author: Sung Eun Yu, Sookmyung Women's University, 53-12, Chungpa-dong, Yongsan-gu, Seoul 140-742, Korea  
Tel: 02-710-9467  
Fax: 02-710-9467  
E-mail: yu4616@freechal.com

모듬<sup>16)</sup>에 의하면 패스트푸드 사용자의 85%가 14~30세의 젊은 연령층에 속한다고 하였다. 정<sup>17)</sup>에 의하면 대학생의 식습관은 과거시대 식습관을 반영할 뿐만 아니라, 그 다음 단계인 성인기에 습관화 될 식습관을 가장 잘 나타내고<sup>18)</sup> 독특한 생활 환경을 지니고 있으며, 각자의 개성표현을 원하는 다양한 생활양식(Life-style)<sup>19)</sup>을 갖게 되고<sup>20)</sup> 이러한 Life-style의 차이는 Take-out Food에 대한 평가와 이용도에 차이를 줄 것으로 예상된다.

최근 동일 상권내에 매장형 테이크아웃 커피점이 우후죽순처럼 늘어나면서 이 분야의 신규 창업이 한계에 이르렀다고 할 수 있다. Take-Out Food업체의 입장에서 볼 때 주고객으로 부상하고 있는 대학생 층<sup>21)</sup>의 이용 특성에 관하여 파악하는 것은 매우 중요한 판매전략이라고 할 수 있겠다.

이러한 연구결과는 Take-Out Food의 이용실태를 파악함으로써 Take-Out Food에 대한 바람직한 외식행동을 지도하는 데에 유익한 자료를 제공하고자 조사를 실시하였다.

따라서 본 조사 연구 결과를 통해 Take-Out Food 고객들의 Take-Out Food점의 이용실태를 파악하고 고객만족에 미치는 영향을 밝힘으로써 Take-Out Food업체들의 차별적이고 합리적이고 효율적인 전략수립에 필요한 기초자료를 제공함으로써 Take-Out Food 산업 발전에 도움이 될 것이라고 생각한다.

## II. 연구 방법

### 1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 서울·경기지역 대학생을 대상으로 실시하였고 설문지는 대상자가 직접 기록하는 자기 기입법(Self-administering questionnaire survey method)으로 실시하였다. 자료수집은 예비조사와 본 조사로 나누어 실시하였다. 예비조사는 서울지역 대학생들만을 중심으로 100부를 회수하여 설문지 측정문항의 적합도를 검토하였다. 설문의 배포와 회수를 위해서 사전에 철저히 유의사항을 주지시킨 후 2002년 10월 9일부터 10월 19일 까지 서울지역 3개교, 경기 일부지역인 수원 4개교를 대상으로 500부를 회수하여 분석에 사용되었다.

### 2. 조사내용

연구내용은 연구대상자들의 성별, 학년, 생활수준, 용도, 거주상태등 일반적 사항, Take-out Food 이용실태와 Take-out Food 이용에 대한 만족도로 구성하였

다. 대상자의 일반 사항에 대해서는 성별, 학년별, 생활수준별, 용돈별, 거주상태별로 구성하였다.

## 3. 통계분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) 프로그램을 이용하여 분석하였다<sup>23,24)</sup>.

분석기법으로는 연구 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도와 백분율, 평균, 표준편차를 산출하였으며 대학생들의 일반적 특성에 따른 Take-Out Food 이용 실태와 Take-Out Food 이용 만족도를 살펴보기 위해  $\chi^2$  검증<sup>25)</sup>과 One-way ANOVA test를 실시하였다<sup>26)</sup>.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반사항

연구 대상자의 일반적 특성에 대해 살펴본 결과는 Table 1과 같이 성별로는 남학생이 50.8%, 여학생이 49.2%로 비슷한 분포를 보였다. 학년별로는 4학년이 32.2%로 가장 많았고, 다음으로 2학년 23.6%, 1학년 23.0%, 3학년 21.2%의 순으로 답하였다. 생활수준별로는 생활수준이 중간정도인 대학생이 75.0%로 대부분이었고, 생활수준이 낮은 대학생은 14.6%, 생활수준이 높은 대학생은 10.4%로 답하였다. 한달 용돈별로는 31만원 이상인 대학생이 29.4%로 가장 많았고, 다음으로 26~30만원 22.2%, 15만원 이하 20.6%, 16~20만원 14.2%, 21~25만원 13.6%의 순으로 답하였다. 거

Table 1. General characteristics of subjects

		Frequency	%
Gender	Male	254	50.8
	Female	246	49.2
Grade	Freshmen	115	23.0
	Sophomore	118	23.6
	Junior	106	21.2
	Senior	161	32.2
Living standard	Upper	52	10.4
	Medium	375	75.0
	Lower	73	14.6
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	103	20.6
	16~20	71	14.2
	21~25	68	13.6
	26~30	111	22.2
	over 31	147	29.4
Residence	Self-owned house	361	72.2
	Self-boarding	75	15.0
	Lodging	64	12.8
Total		500	100.0

주상태별로는 자가가 72.2%로 가장 많았고, 다음으로 자취 15.0%, 하숙 등이 12.8%로 답하였다.

**2. Take-Out Food 이용 실태**

**1) Take-Out Food 이용 횟수**

Take-Out Food 이용횟수에 대해 살펴본 결과는 Table 2와 같이 일주일에 1~2회 이용하는 대학생이 33.8%로 가장 많았고, 다음으로 거의 이용하지 않는다. 22.0%, 한 달에 1회 18.4%, 일주일에 3~5회

16.6%, 거의 매일 9.2%의 순으로 답하였는데 한국의 식경보<sup>27)</sup>의 연구에서는 한 달에 1~2회 이상 43.8%, 1주일에 1회 21.2%, 3개월에 2~3회 11.1%, 거의 이용하지 않는다 19.0%, 이용한 경험이 없다 23.4%를 답하였는데 이 결과는 조사대상자와 조사시점이 다르기 때문이라고 사료된다.

**2) Take-Out Food를 이용하는 이유**

Take-Out Food를 이용하는 이유에 대해 살펴본 결

**Table 2. The frequency of using Take-Out Food**

		Almost every-day	3~5 times a week	1~2 times a week	once a month	Seldom	Total	$\chi^2$ (df)	P
Gender	Male	24(9.4)	39(15.4)	73(28.7)	51(20.1)	67(26.4)	254(50.8)	9.72* (4)	0.045
	Female	22(8.9)	44(17.9)	96(39.0)	41(16.7)	43(17.5)	246(49.2)		
Grade	Fresh men	10(8.7)	25(21.7)	42(36.5)	16(13.9)	22(19.1)	115(23.0)	16.16 (12)	0.184
	Sophomore	14(11.9)	21(17.8)	27(22.9)	29(24.6)	27(22.9)	118(23.6)		
	Senior	10(9.4)	14(13.2)	42(39.6)	20(18.9)	20(18.9)	106(21.2)		
Living standard	Upper	5(9.6)	17(32.7)	16(30.8)	8(15.4)	6(11.5)	52(10.4)	15.40 (8)	0.052
	Medium	36(9.6)	56(14.9)	132(35.2)	68(18.1)	83(22.1)	375(75.0)		
	Lower	5(6.8)	10(13.7)	21(28.8)	16(21.9)	21(28.8)	73(14.6)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	6(5.8)	15(14.6)	36(35.0)	19(18.4)	27(26.2)	103(20.6)	7.31 (16)	0.967
	16~20	4(5.6)	13(18.3)	26(36.6)	14(19.7)	14(19.7)	71(14.2)		
	21~25	7(10.3)	11(16.2)	19(27.9)	13(19.1)	18(26.5)	68(13.6)		
	26~30	13(11.7)	18(16.2)	38(34.2)	20(18.0)	22(19.8)	111(22.2)		
	over 31	16(10.9)	26(17.7)	50(34.0)	26(17.7)	29(19.7)	147(29.4)		
Residence	Self-owned house	29(8.0)	65(18.0)	125(34.6)	62(17.2)	80(22.2)	361(72.2)	11.38 (8)	0.181
	Self-boarding	13(17.3)	10(13.3)	22(29.3)	13(17.3)	17(22.7)	75(15.0)		
	Lodging	4(6.3)	8(12.5)	22(34.4)	17(26.6)	13(20.3)	64(12.8)		
Total		46(9.2)	83(16.6)	169(33.8)	92(18.4)	110(22.0)	500(100)		

**Table 3 The reasons for using Take-Out Food**

		In the vicinity	Well flavored foods	Affordable price	Easy and instant meal	Free and comfortable atmosphere	Miscellaneous	Total	$\chi^2$ (df)	P
Gender	Male	12(4.7)	18(7.1)	34(13.4)	128(50.4)	43(16.9)	19(7.5)	254(50.8)	6.68 (5)	0.246
	Female	9(3.7)	26(10.6)	25(10.2)	111(45.1)	58(23.6)	17(6.9)	246(49.2)		
Grade	Freshmen	5(4.3)	12(10.4)	13(11.3)	49(42.6)	24(20.9)	12(10.4)	115(23.0)	11.93 (15)	0.684
	Sophomore	7(5.9)	11(9.3)	13(11.0)	54(45.8)	25(21.2)	8(6.8)	118(23.6)		
	Junior	4(3.8)	6(5.7)	18(17.0)	51(48.1)	23(21.7)	4(3.8)	106(21.2)		
	Senior	5(3.1)	15(9.3)	15(9.3)	85(52.8)	29(18.0)	12(7.5)	161(32.2)		
Living standard	Upper	2(3.8)	7(13.5)	3(5.8)	19(36.5)	15(28.8)	6(11.5)	52(10.4)	16.87 (10)	0.077
	Medium	15(4.0)	30(8.0)	42(11.2)	192(51.2)	74(19.7)	22(5.9)	375(75.0)		
	Lower	4(5.5)	7(9.6)	14(19.2)	28(38.4)	12(16.4)	8(11.0)	73(14.6)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	5(4.9)	12(11.7)	14(13.6)	56(54.4)	11(10.7)	5(4.9)	103(20.6)	24.18 (20)	0.235
	16~20	1(1.4)	2(2.8)	8(11.3)	37(52.1)	18(25.4)	5(7.0)	71(14.2)		
	21~25	3(4.4)	2(2.9)	10(14.7)	32(47.1)	15(22.1)	6(8.8)	68(13.6)		
	26~30	7(6.3)	9(8.1)	13(11.7)	46(41.4)	28(25.2)	8(7.2)	111(22.2)		
	over 31	5(3.4)	19(12.9)	14(9.5)	68(46.3)	29(19.7)	1(8.2)	147(29.4)		
Residence	Self-owned house	14(3.9)	34(9.4)	44(12.2)	172(47.6)	73(20.2)	24(6.6)	361(72.2)	7.64 (10)	0.664
	Self boarding	5(6.7)	5(6.7)	9(12.0)	40(53.3)	12(16.0)	4(5.3)	75(15.0)		
	Lodging	2(3.1)	5(7.8)	6(9.4)	27(42.2)	16(25.0)	8(12.5)	64(12.8)		
Total		21(4.2)	44(8.8)	59(11.8)	239(47.8)	101(20.2)	36(7.2)	500(100)		

(\*p<.05)

과는 Table 3과 같이 빠른 시간에 먹을 수 있기 때문에 이용하는 대학생이 47.8%로 가장 많았고, 다음으로 자유스러운 분위기 때문에 20.2%, 가격이 저렴하므로 11.8%, 음식의 맛이 좋기 때문에 8.8%, 집 근처에 있어서 4.2%의 순으로 답하였다. 김<sup>7)</sup>의 연구에서는 20대의 조사결과 식사하기가 간편해서 35.3%, 친구들과 어울리수 있어서 23%, 시간에 구애받지 않으므로 15.2%, 가격 적당 9.8%, 음식이 빨리 준비되므로 7.4% 맛이 있어서 3.9%, 무응답 3.9%, 영양이 풍부 1.5%를 답하였는데 전체적으로 볼 때 맛이 좋기 때문은 낮은 반응을 보여 결과가 일치하는 것으로 나타났다.

3) Take-Out Food를 주로 이용하는 요일

Take-Out Food를 이용하는 요일에 대해 살펴본 결과는 Table 4와 같이 전체적으로는 요일에 관계없이 이용하는 대학생이 54.4%로 가장 많았고, 다음으로 평일에 이용하는 학생이 16.8%, 주말 16.4%, 공휴일과 일요일 12.4%의 순으로 답하였다. 학년별로는 저학년일수록 요일에 관계없이 Take-Out Food를 이용하는 대학생이 많았고, 고학년일수록 평일에 주로 이용한다고 답하였으나, 유의적 차이는 없었다. 생활수준별로는 생활수준이 높은 경우 48.1%, 중간인 경우 53.1%, 저소득층인 경우 65.8%로 생활수준이 낮을수록 다른 group보다 요일에 관계없이 Take-Out Food를 이용하는 대학생이 많았으나 큰 차이는 아니었다. 한달 용돈별로는 15만원 이하 55.3%, 16~20만원 54.9%, 26~30만원 50%, 31만원 이상 53.1%로 15만원 이하인 경우가 다른 group보다 요일에 관계없이 Take-Out

Food를 이용하는 대학생이 많았으나 통계적으로는 유의적 차이를 나타내지는 않았다.

4) Take-Out Food를 주로 이용하는 시간대

Take-Out Food 이용 시간대에 대해 살펴본 결과는 Table 5와 같이 전체적으로는 오후 6~8시 정도에 이용하는 대학생이 31.6%로 가장 많았고, 다음으로 오후 12~2시 27.8%, 오후 3~5시 27.2%, 오후 9시 이후 8.0%, 12시 이전 5.4%의 순으로 답하였다. 한<sup>28)</sup>의 연구에서는 오후 2~6시 55%, 오후 6시 이후 27%, 12시~오후 3시 14%, 오전시간 3%, 아침 9시 이전 1%로 순으로 답하였는데 이 결과는 조사시점이 다르기 때문이라고 사료된다.

5) Take-Out Food 1회 이용시의 지불비용

Take-Out Food 1회 이용시 지불 비용에 대해 살펴본 결과는 Table 6과 같이 전체적으로는 3~5천원 미만 지출하는 대학생이 51.6%로 가장 많았고, 다음으로 3천원 미만 35.9%, 5천원~1만원 미만 6.3%, 5~8천원 미만 4.7%, 1만원 이상 1.6%의 순으로 답하였다. 김<sup>7)</sup>의 조사 결과로는 1회 비용은 2~3천원 미만이 34.6%, 1~2천원 미만 26.6%, 3~4천원 미만 16.3%, 4천원 이상이 13.1%, 1천원 미만이 9.3%로 나타난 것과 비교할 때 대학생의 지불비용이 많이 증가 한 것을 보여주고 있다.

6) Take-Out Food 이용 메뉴

Take-Out Food 이용시 주로 구매하는 메뉴에 대해 살펴본 결과는 Table 7과 같이 전체적으로는 커피류를

Table 4. The day of the week they use Take-Out Food

		Weekday	Weekend	Holiday & Sunday	Anytime	Total	$\chi^2$ (df)	N(%)
Gender	Male	43(16.9)	43(16.9)	35(13.8)	133(52.4)	254(50.8)	1.28 (3)	0.734
	Female	41(16.7)	39(15.9)	27(11.0)	139(56.5)	246(49.2)		
Grade	Fresh men	16(13.9)	17(14.8)	10( 8.7)	72(62.6)	115(23.0)	11.80 (9)	0.225
	Sophomore	15(12.7)	22(18.6)	18(15.3)	63(53.4)	118(23.6)		
	Senior	34(21.1)	31(19.3)	19(11.8)	77(47.8)	161(32.2)		
Living standard	Upper	12(23.1)	11(21.2)	4( 7.7)	25(48.1)	52(10.4)	7.61 (6)	0.268
	Medium	63(16.8)	62(16.5)	51(13.6)	199(53.1)	375(75.0)		
	Lower	9(12.3)	9(12.3)	7( 9.6)	48(65.8)	73(14.6)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	18(17.5)	15(14.6)	13(12.6)	57(55.3)	103(20.6)	4.93 (12)	0.960
	16~20	11(15.5)	12(16.9)	9(12.7)	39(54.9)	71(14.2)		
	21~25	16(23.5)	11(16.2)	7(10.3)	34(50.0)	68(13.6)		
	26~30	16(23.5)	11(16.2)	7(10.3)	34(50.0)	111(22.2)		
Residence	Self-owned house	65(18.0)	60(16.6)	45(12.5)	191(52.9)	361(72.2)	4.64 (6)	0.590
	Self boarding Lodging	13(17.3)	11(14.7)	11(14.7)	40(53.3)	75(15.0)		
	Lodging	6( 9.4)	11(17.2)	6( 9.4)	41(64.1)	64(12.8)		
Total		84(16.8)	82(16.4)	62(12.4)	272(54.4)	500(100.0)		

**Table 5. The time of the day when they use Take-Out Food**

		before 12	PM 12~2	PM 3~5	PM 6~8	PM 9	Total	$\chi^2$ (df)	p
Gender	Male	10(3.9)	81(31.9)	56(22.0)	81(31.9)	26(10.2)	254(50.8)	13.43** (4)	0.009
	Female	17(6.9)	58(23.6)	80(32.5)	77(31.3)	14( 5.7)	246(49.2)		
Grade	Fresh	5(4.3)	26(22.6)	32(27.8)	37(32.2)	15(13.0)	115(23.0)	17.23 (12)	0.141
	Sophomore	9(7.6)	39(33.1)	24(20.3)	38(32.2)	8( 6.8)	118(23.6)		
	Junior	4(3.8)	23(21.7)	39(36.8)	34(32.1)	6( 5.7)	106(21.2)		
Living standard	Senior	9(5.6)	51(31.7)	41(25.5)	49(30.4)	11( 6.8)	161(32.2)	16.04* (8)	0.042
	Upper	5(9.6)	13(25.0)	10(19.2)	20(38.5)	4( 7.7)	52(10.4)		
	Medium	19(5.1)	116(30.9)	97(25.9)	112(29.9)	31( 8.3)	375(75.0)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	Lower	3(4.1)	10(13.7)	29(39.7)	26(35.6)	5( 6.8)	73(14.6)	18.84 (16)	0.277
	below 15	3(2.9)	30(29.1)	24(23.3)	36(35.0)	10( 9.7)	103(20.6)		
	16~20	6(8.5)	15(21.1)	21(29.9)	26(36.6)	3( 4.2)	71(14.2)		
	21~25	5(7.4)	21(30.9)	18(26.5)	20(29.4)	4( 5.9)	68(13.6)		
	26~30	-	34(30.6)	32(28.8)	34(30.6)	11( 9.9)	111(22.2)		
Residence	over 31	13(8.8)	39(26.5)	41(27.9)	42(28.6)	12( 8.2)	147(29.4)	11.93 (8)	0.154
	Self-owned house	19(5.3)	101(28.0)	91(25.2)	119(33.0)	31( 8.6)	361(72.2)		
	Self boarding	7(9.3)	22(29.3)	18(24.0)	23(30.7)	5( 6.7)	75(15.0)		
Total	Lodging	1(1.6)	16(25.0)	27(42.2)	16(25.0)	4( 6.3)	64(12.8)	500(100.0)	

(\*p<.05, \*\*p<.01)

**Table 6. The cost spent for the purchase of Take-Out Food**

		Below 3,000₩	3000~5,000₩	5000~8,000₩	5000~10,000₩	over 10,000₩	Total	$\chi^2$ (df)	p
Gender	Male	83(32.7)	117(46.1)	28(11.0)	21( 8.3)	5(2.0)	254(50.8)	3.47 (4)	0.483
	Female	99(40.2)	104(42.3)	21( 8.5)	17( 6.9)	5(2.0)	246(49.2)		
Grade	Freshmen	38(33.0)	62(53.9)	8( 7.0)	6( 5.2)	1(0.9)	115(23.0)	14.36 (12)	0.278
	Sophomore	44(37.3)	50(42.4)	14(11.9)	8( 6.8)	2(1.7)	118(23.6)		
	Junior	31(29.2)	49(46.2)	14(13.2)	9( 8.5)	3(2.8)	106(21.2)		
Living standard	Senior	69(42.9)	60(37.3)	13( 8.1)	15( 9.3)	4(2.5)	161(32.2)	20.65** (8)	0.008
	Upper	17(32.7)	17(32.7)	6(11.5)	8(15.4)	4(7.7)	52(10.4)		
	Medium	136(36.3)	175(46.7)	32( 8.5)	26( 6.9)	6(1.6)	375(75.0)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	Lower	29(39.7)	29(39.7)	11(15.1)	4( 5.5)	-	73(14.6)	18.55 (16)	0.293
	below 15	42(40.8)	42(40.8)	13(12.6)	5( 4.9)	1(1.0)	103(20.6)		
	16~20	22(31.0)	33(46.5)	9(12.7)	7( 9.9)	-	71(14.2)		
	21~25	29(42.6)	29(42.6)	2( 2.9)	7(10.3)	1(1.5)	68(13.6)		
	26~30	36(32.4)	58(52.3)	8( 7.2)	7( 6.3)	2(1.8)	111(22.2)		
Residence	over 31	53(36.1)	59(40.1)	17(11.6)	12( 8.2)	6(4.1)	147(29.4)	12.23 (8)	0.141
	Self-owned house	122(33.8)	159(44.0)	42(11.6)	29( 8.0)	9(2.5)	361(72.2)		
	Self boarding	37(49.3)	29(38.7)	4( 5.3)	5( 6.7)	-	75(15.0)		
Total	lodging	23(35.9)	33(51.6)	3( 4.7)	4( 6.3)	1(1.6)	64(12.8)	500(100.0)	

(\*\*p<.01)

구매하는 대학생이 43.6%로 가장 많았고, 다음으로 식사료 26.6%, 음료류 17.2%, 간식류 12.6%의 순으로 답하였다. 한<sup>27)</sup>의 조사결과로는 패스트푸드 51.8%, 커피 25.2%, 한식류 8.0%, 기타 5.3%등으로 패스트푸드 이용이 높았으나 아직까지는 주로 패스트 푸드나 커피에 대한 메뉴가 높은 것을 알 수 있다.

**7) Take-Out Food 이용 시 고려 사항**

Take-Out Food 이용 시 고려하는 사항에 대해 살

펴본 결과는 Table 8과 같이 전체적으로는 음식의 맛과 질을 고려하는 대학생이 51.0%로 가장 많았고, 다음으로 매장의 위치 10.2%, 메뉴의 다양성 9.8%, 매장 분위기 및 시설 8.4%, 위생상태 7.4%, 브랜드 5.6%의 순으로 답하였다. 한<sup>27)</sup>의 조사결과 역시 품질을 고려 21.2%, 메뉴의 다양성 19.5%, 매장의 한계성 19.0%, 포장 12.4%, 가격이 8.0%로 나타난 것으로 보아 역시 품질을 많이 고려한다는 것을 알 수 있다.

**Table 7. The menus they often select in Take-out food store** N(%)

		Coffee	Beverages	Snacks	Meals	Total	$\chi^2$ (df)	P
Gender	Male	93(36.6)	48(18.9)	37(14.6)	76(29.9)	254(50.8)	10.37 <sup>*</sup> (3)	0.016
	Female	125(50.8)	38(15.4)	26(10.6)	57(23.2)	246(49.2)		
Grade	Freshmen	37(32.2)	35(30.4)	17(14.8)	26(22.6)	115(23.0)	35.83 <sup>***</sup> (9)	0.000
	Sophomore	48(40.7)	14(11.9)	17(14.4)	39(33.1)	118(23.6)		
	Junior	50(47.2)	20(18.9)	17(16.0)	19(17.9)	106(21.2)		
	Senior	83(51.6)	17(10.6)	12( 7.5)	49(30.4)	161(32.2)		
Living standard	Upper	23(44.2)	7(13.5)	13(25.0)	9(17.3)	52(10.4)	11.48 (6)	0.075
	Medium	165(44.0)	62(16.5)	42(11.2)	106(28.3)	375(75.0)		
	Lower	30(41.1)	17(23.3)	8(11.0)	18(24.7)	73(14.6)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	29(28.2)	23(22.3)	16(15.5)	35(34.0)	103(20.6)	25.33 <sup>*</sup> (12)	0.013
	16~20	31(43.7)	14(19.7)	9(12.7)	17(23.9)	71(14.2)		
	21~25	28(41.2)	11(16.2)	10(14.7)	19(27.9)	68(13.6)		
	26~30	47(42.3)	14(12.6)	18(16.2)	32(28.8)	111(22.2)		
	over 31	83(56.5)	24(16.3)	10( 6.8)	30(20.4)	147(29.4)		
Residence	Self-owned house	146(40.4)	70(19.4)	55(15.2)	90(24.9)	361(72.2)	19.17 <sup>***</sup> (6)	0.004
	Self boarding	40(53.3)	6( 8.0)	2( 2.7)	27(36.0)	75(15.0)		
	Lodging	32(50.0)	10(15.6)	6( 9.4)	16(25.0)	64(12.8)		
Total		218(43.6)	86(17.2)	63(12.6)	133(26.6)	500(100.0)		

(\*p<0.5, \*\*p<.01, \*\*\* p<.001)

**Table 8. Points considered when buying Take-Out Food** N(%)

		Shop atmosphere and facilities	Sanitary conditions	Flavor and quality of foods	A variety of menus	Brands	Shop location	Miscellaneous	Total	$\chi^2$ (df)	p
Gender	Male	21(8.3)	19(7.5)	114(44.9)	31(12.2)	15(5.9)	30(11.8)	24( 9.4)	254(50.8)	10.57 (6)	0.103
	Female	21(8.5)	18(7.3)	141(57.3)	18( 7.3)	13(5.3)	21( 8.5)	14( 5.7)	246(49.2)		
Grade	Freshmen	8(7.0)	10(8.7)	64(55.7)	9( 7.8)	7(6.1)	10( 8.7)	7( 6.1)	115(23.0)	16.73 (18)	0.541
	Sophomore	5(4.2)	7(5.9)	64(54.2)	14(11.9)	6(5.1)	10( 8.5)	12(10.2)	118(23.6)		
	Junior	13(12.3)	11(10.4)	47(44.3)	12(11.3)	6(5.7)	8( 7.5)	9( 8.5)	106(21.2)		
	Senior	16(9.9)	9(5.6)	80(49.7)	14( 8.7)	9(5.6)	23(14.3)	10( 6.2)	161(32.2)		
Living standard	Upper	2(3.8)	5(9.6)	26(50.0)	5( 9.6)	4(7.7)	5( 9.6)	5( 9.6)	52(10.4)	21.56 <sup>*</sup> (12)	0.043
	Medium	36(9.6)	28(7.5)	201(53.6)	31( 8.3)	22(5.9)	34( 9.1)	23( 6.1)	375(75.0)		
	Lower	4(5.5)	4(5.5)	28(38.4)	13(17.8)	2(2.7)	12(16.4)	10(13.7)	73(14.6)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	8(7.8)	10(9.7)	54(52.4)	11(10.7)	5(4.9)	7( 6.8)	8( 7.8)	103(20.6)	15.52 (24)	0.905
	16~20	5(7.0)	7(9.9)	3(46.5)	8(11.3)	5(7.0)	6( 8.5)	7( 9.9)	71(14.2)		
	21~25	5(7.4)	5(7.4)	33(48.5)	4( 5.9)	4(5.9)	10(14.7)	7(10.3)	68(13.6)		
	26~30	11(9.9)	5(4.5)	63(56.8)	13(11.7)	6(5.4)	7( 6.3)	6( 5.4)	111(22.2)		
	over 31	13(8.8)	10(6.8)	72(49.0)	13( 8.8)	8(5.4)	21(14.3)	10( 6.8)	147(29.4)		
Residence	Self-owned house	35(9.7)	32(8.9)	181(50.1)	34( 9.4)	22(6.1)	28( 7.8)	29( 8.0)	361(72.2)	26.96 <sup>***</sup> (12)	0.008
	Self boarding	2(2.7)	1(1.3)	46(61.3)	9(12.0)	2(2.7)	14(18.7)	1( 1.3)	75(15.0)		
	Lodging	5(7.8)	4(6.3)	28(43.8)	6( 9.4)	4(6.3)	9(14.1)	8(12.5)	64(12.8)		
Total		42(8.4)	37(7.4)	255(51.0)	49( 9.8)	28(5.6)	51(10.2)	38( 7.6)	500(100)		

(\*p<.05, \*\* p<.01)

**8) Take-Out Food에 대한 정보 출처**

Take-Out Food에 대한 정보 출처에 대해 살펴본 결과는 Table 9와 같이 성별로는 여학생은 45.9%, 남학생은 40.9%로 남녀 모두 친구로부터 정보를 얻어 다른 군에 비해 유의적 차이를 보였다(p<.05). 학년별로는 1학년은 54.8%, 2학년은 44.9%, 3학년은 33.0%, 4학년은 41.0%로 친구로부터 Take-Out Food에 대한 정

보를 얻는 대학생이 많아 다른 군에 비해 유의적 차이를 보였다(p<.01). 한달 용돈별로는 용돈이 15만원 이하47.6%, 16~20만원 39.4%, 21~25만원 38.2%, 26~30만원 45.0%, 31만원 이상 43.5%로 친구로부터 Take-Out Food에 대한 정보를 얻는 대학생이 많아 다른 군에 비해 유의적 차이를 보였다(p<.01). 거주상태별로는 자택에 거주하는 대학생이 43.2%, 자취생이 40.0%, 하숙생은 48.4%로 친구로부터 Take-Out Food

Table 9. The source of information about Take-Out Food

		Internet	Newspaper & Magazine	TV	Friend	Commercial or promotions	Miscellaneous	Total	$\chi^2$ (df)	P
Gender	Male	14(5.5)	17( 6.7)	25( 9.8)	104(40.9)	42(16.5)	52(20.5)	254(50.8)	1.54 (5)	0.908
	Female	12(4.9)	17( 6.9)	21( 8.5)	113(45.9)	35(14.2)	48(19.5)	246(49.2)		
Grade	Freshmen	3(2.6)	8( 7.0)	19(16.5)	63(54.8)	9( 7.8)	13(11.3)	115(23.0)	33.29** (15)	0.004
	Sophomore	6(5.1)	7( 5.9)	10( 8.5)	53(44.9)	16(13.6)	26(22.0)	118(23.6)		
	Junior	7(6.6)	9( 8.5)	10( 9.4)	35(33.0)	20(18.9)	25(23.6)	106(21.2)		
	Senior	10(6.2)	10( 6.2)	7( 4.3)	66(41.0)	32(19.9)	36(22.4)	161(32.2)		
Living standard	Upper	4(7.7)	2( 3.8)	3( 5.8)	14(26.9)	12(23.1)	17(32.7)	52(10.4)	22.80* (10)	0.012
	Medium	19(5.1)	25( 6.7)	39(10.4)	173(46.1)	58(15.5)	61(16.3)	375(75.0)		
	Lower	3(4.1)	7( 9.6)	4( 5.5)	30(41.1)	7( 9.6)	22(30.1)	73(14.6)		
Monthly spending money (unit: 10,000won)	below 15	6(5.8)	4( 3.9)	21(20.4)	49(47.6)	11(10.7)	12(11.7)	103(20.6)	40.93** (20)	0.004
	16~20	4(5.6)	8(11.3)	8(11.3)	28(39.4)	12(16.9)	11(15.5)	71(14.2)		
	21~25	3(4.4)	7(10.3)	6( 8.8)	26(38.2)	8(11.8)	18(26.5)	68(13.6)		
	26~30	6(5.4)	6( 5.4)	8( 7.2)	50(45.0)	20(18.0)	21(18.9)	111(22.2)		
	over 31	7(4.8)	9( 6.1)	3( 2.0)	64(43.5)	26(17.7)	38(25.9)	147(29.4)		
Residence	Self-owned house	24(6.3)	24( 6.6)	35( 9.7)	156(43.2)	56(15.5)	66(18.3)	361(72.2)	13.16 (10)	0.215
	Self boarding	-	4( 5.3)	5( 6.7)	30(40.0)	14(18.7)	22(29.3)	75(15.0)		
	Lodging	2(3.1)	6( 9.4)	6( 9.4)	31(48.4)	7(10.9)	12(18.8)	64(12.8)		
Total		26(5.2)	34( 6.8)	46( 9.2)	217(43.4)	77(15.4)	100(20.0)	500(100)		

(\*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01)

Table 10. Satisfaction at the general use of Take-Out Food

	Mean		SD		t-value(F-value)		p
	Male	Female	Male	Female	Gender	Gender	
menus	3.25	3.27	0.76	0.64	-0.36	0.699	
price	2.96	2.99	0.85	0.78	-0.48	0.630	
shop space	3.20	3.36	0.73	0.75	-2.42*	0.016	
service	3.22	3.27	0.74	0.74	-0.78	0.437	
shop atmosphere	3.28	3.39	0.67	0.67	-1.91	0.056	
brands	3.20	3.30	0.70	0.62	-1.76	0.080	
sanitary conditions	3.22	3.24	0.90	0.86	-0.24	0.807	
shop location	3.48	3.40	0.82	0.74	1.12	0.264	
container design	3.27	3.43	0.78	0.71	-0.85	0.393	
flavor	3.48	3.63	0.85	0.76	-2.14*	0.033	
portability	3.59	3.67	0.84	0.73	-1.20	0.231	
quality	3.51	3.51	0.83	0.74	-0.06	0.951	

\*p&lt;.05

에 대한 정보를 얻는 대학생이 더 많았으면 다른 군에 비해 유의적 차이를 보이지 않았다.

### 3. Take-out Food 전반적인 이용 만족도

조사대상자들의 Take-out Food 만족도를 파악해 보기 위해 메뉴의 다양성, 가격, 매장 공간 이용의 편리성, 종업원의 서비스, 매장의 분위기, 브랜드, 위생상태, 매장의 위치, 제품의 용기 및 디자인, 음식 및 음료의 맛, 휴대편리성, 음식 및 음료의 품질을 성별, 학년별, 생활수준별, 한달 용돈별, 거주상태별로 5점 척도를(매우 불만족 1점, 불만족 2점, 보통 3점, 만족 4점, 매우 만족 5점) 이용하여 점수화하였다.

휴대 편리성에 대하여 남학생 여학생 둘 다 가장

만족을 느끼는데 여학생이 평균 3.67, 남학생이 평균 3.59로 유의적 차이를 보였다.

매장공간의 이용의 편리성에 대하여 여학생이 남학생보다 만족하였으나 유의적 차이를 보이지 않았다. (p<.05)

매장의 위치에 대하여 남학생이 여학생보다 만족하였으나 유의적 차이는 아니었다.

가격에 대하여 남학생은 평균 2.96 여학생은 평균 2.99로 둘 다 불만족을 느끼는 것을 알 수 있었다.

한<sup>28)</sup>의 연구에서는 가격에 대하여 남학생은 2.20, 여학생은 2.18로 만족하지 못하였고 서비스에 대하여 남학생은 평균 3.13 여학생은 2.97로 남학생이 더 만족을 느끼는 반면, 양에 대하여는 여학생이 평균 2.37

남학생은 2.19로 여학생이 만족을 느끼는 것으로 나타났다. 전반적으로 가격에 대해서 대학생의 만족도를 비교하면 그다지 만족하지 않는다는 것을 알 수 있다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 서울 및 경기도 일부지역인 수원에 있는 대학생을 500명을 대상으로 설문지를 이용하여 Take-Out Food 이용 실태를 조사하고 만족도를 측정하여 Take-Out Food의 문제점을 파악하고자 하였다.

##### 1. 조사 대상자의 일반사항

성별로는 남학생이 50.8%, 여학생이 49.2%로 비슷한 분포를 보였다. 학년별로는 4학년이 32.2%로 가장 많았고, 다음으로 2학년 23.6%, 1학년 23.0%, 3학년 21.2%의 순으로 답하였다. 생활수준별로는 생활수준이 중간정도인 대학생이 75.0%로 대부분이었고, 생활수준이 낮은 대학생은 14.6%, 생활수준이 높은 대학생은 10.4%로 답하였다. 한달 용돈별로는 31만원 이상인 대학생이 29.4%로 가장 많았고, 다음으로 26~30만원 22.2%, 15만원 이하 20.6%, 16~20만원 14.2%, 21~25만원 13.6%의 순으로 답하였다. 거주상태별로는 자가 72.2%로 가장 많았고, 다음으로 자취 15.0%, 하숙 등이 12.8%로 답하였다.

##### 2. Take-Out Food의 이용실태와 만족도

Take-Out Food 이용횟수는 일주일에 1~2회 이용하는 대학생이 33.8%로 가장 많았고, Take-Out Food를 빠른 시간에 먹을 수 있기 때문에 이용하는 것으로 여겨졌다. Take-Out Food를 이용하는 요일은 요일에 관계없이 이용하는 대학생이 54.4%로 가장 많았고, Take-Out Food 이용 시간대는 오후 6~8시 정도에 이용하는 대학생이 31.6%로 가장 많았다. Take-Out Food 1회 이용 시 지불 비용은 3~5천원 미만 지출하는 대학생이 51.6%로 가장 많았고 Take-Out Food 이용 시 주로 구매하는 메뉴는 커피류를 구매하는 대학생이 43.6%로 가장 많았고, Take-Out Food 이용 시 고려하는 사항은 음식의 맛과 질을 고려하는 대학생이 51.0%로 가장 많았다. 따라서, 음식의 맛과 질을 고려하는 대학생이 많은 것으로 보아 커피류, 각종음료 및 간단한 Food를 포장 판매하는 메뉴를 더 많이 개발하여 좀더 맛과 질을 고려한 음식들이 필요하다고 생각된다. 또한, Take-Out Food에 대한 정보 출처는 친구로부터 정보를 얻는 대학생이 43.4%로 많은 것으로 보아 Take-Out Food에 대한 올바른 이해와 홍보를 공동생활을 하는 학교 또는 기타의 비정규교육 기회

에 이루어지는 것이 더 효과적일 것으로 사료된다.

#### 참고문헌

1. Ham, Js : An Empirical Study on store selection criteria and satisfaction of Fast Food Restaurant customers. Hong IK University, 2000
2. Rhee, KC, Rhee, EY and Lee, KY : A study on the consumer Behavior in the Industrial So city- Commodity Substitution and Buying Behavior for food, clothing and shelter of House holds in Seoul. Journal of Korean Home Economics Association, 27(2):115, 1989
3. Moon, SJ, Yoon, HJ, Kim, JH and Lee, YJ : A study on the perception and consumption pattern of convenience Foods by Korean college students. Korean J. Dietary Culture, 13(3) 228, 1998
4. Choi, SH : A survey of Behaviors on Fast Food Restaurants. Sungshim Women's University, 1994
5. Park, MR, Kim SH and Wi, SU : The consumption patterns of Fast Food in Small cities. Korean J. Dietary Culture 14(2), 1999
6. Kim, SK : The Discussion on the Actual condition of consumer's Using Eating House of Franchise. Dan Kook University, 1992
7. Kim, HK : Fast Food consumption Patterns of college students in ulsan. Korean J. Dietary Culture, 11(1):131, 1996
8. Moon, YJ : A study on the success fastors for starting franchise business-focused on the Take-Out coffee store. The Graduate school of Sook myung Women's University, 2001
9. 이화여자대학교 식품영양학과: 식생활과 건강, 1993
10. Mo, SM : 외식산업이 국민 영양 및 식생활에 미치는 영향. Korean J. Nutr. 19:120~128, 1996
11. Mo, SM, Kim, CI, Lee, SY, Yoon, EY, Lee KS and Choi, KS : A study on dining out behaviours of fast foods focused on Youido Apartment compound in Seoul. Korean J. Dietary Culture, 1(3):295~309, 1986
12. Kim, MH : A study on Image and consumption about instant Food of urban Homemaker. Journal of Korean Home Economics Association, 26(3):69, 1988
13. Kotler, P and Bloom PN: Marketing Professional Services, Englewood Cliffs, Nes Jersey : Prentice- hall Inc., 1984
14. Kim MS : S study on the customers satisfaction of fast food industry-Focused on the Seoul area hamburger, The Graduate school of Sejong University, 1995
15. 최혜미, 박영숙 : 21세기 식생활 관리. 교문사, 2001
16. Jeon, MJ : A survey of fast-food dining out behaviors. Journal of Korean Home Economics Association, 28(2):15, 1990
17. Chung, YJ : FoodPreferences of college students. Korean J. Nutr, 17(1):10, 1984
18. Driskell, JA., Keith, RE, and Tangeny, CC. : Nutritional status of white college students in Virginia. J. Am. Diet. Assoon. 74, 1979
19. Schorr, BC and Sanjur, D : Teen-age food habits, J.Am. Diet. Assoc., 61, 1972



20. Kim, SM : Attitudes of the University Students in the Kyung-Book area on the traditional foods(1). Korean society of Food and Cookery Science, 16(1), 2000
  21. You, DR, Park, GS, Kim, SY and Kim, HH : Fast Food Consumption Patterns - Focused on College Students in Taegu Kyungbuk Journal of Korean Home Economics Association, 38(2):27, 2000
  22. Kim, DJ : A survey on the Actual conditon for dinning-out in Busan, Korean J. Food and Nutrition 14(1):69, 2001
  23. 채서일, 김범봉, 이성근 : SPSS/PC+를 이용한 통계분석. 학현사, 1997
  24. 조인호 : SAS 연습과 활용. 성안당, 1996
  25. Norusis MJ : SPSS/PC+ for the IBM PC/AT. Spss INC, Chicago
  26. 오택섭 : 사회과학 데이터 분석법.나남, 서울, 1984
  27. 한국외식정보(주) : 월간식당, 한국외식정보(주), 2002
  28. Han, MJ : A Survey of College Student Behaviors on Fast Food Restaurants in Seoul Area, Korean J. Dietary Culture 7(2), 1992
- 
- (2003년 3월 21일 접수, 2003년 9월 17일 채택)