

서울지역 대학생들의 패스트푸드의 외식행동에 관한 실태조사

한 명 주

경희대학교 가정대학 식품영양학과
(1992년 3월 2일 접수)

A Survey of College Student Behaviors on Fast Food Restaurants in Seoul Area

Han, Myung Joo

Department of Food and Nutrition, College of Home Economics, Kyung Hee University
(Received March 2, 1992)

Abstract

Eight hundred college students in Seoul area were surveyed for consumer behaviors and opinions about fast food restaurants at library, student center and class room from August 26 to 30, 1991. The result of this study showed that 70% of college students preferred to eat hamburger or chicken and 49% of them visited to fast food restaurants 1-3 times per month. The reasons given by students for patronizing fast food restaurants were the following, from most to least frequency: 'convenient', 'pleasant atmosphere', 'nice place to stay with friends', 'taste of food', 'speed of service', 'to be able to stay as long as I want', 'hygiene', 'variety of food price', 'nutritious food'. Majority of college students(71%) selected their food by preference, but 22% of them done by price. They were least satisfied with price and quantity of fast food. Therefore, it is important to develop domestic brand fast food restaurants to lower the price of fast food.

I. 서 론

외식산업은 가정에서 먹는 것 외에 밖에서 먹고 마시는 것을 말하며 패스트푸드(fast food)란 외식산업의 한 부분으로 바쁘게 생활하는 현대인들에게 먹기에 간편하고 빠르게 음식을 제공하면서싼 가격으로 판매하기 위해 개발된 음식으로 제조와 판매가 분리된 조직적인 경영방법이 도입된 햄버거, 도넛, 치킨, 아이스크림, 면류체인 등을 지칭하며 음식의 질(quality), 서어비스(service), 청결성(cleanliness)을 강조함으로 같은 체인점이면 어디서나 똑같은 맛, 서비스, 쾌적한 점포의 분위기를 느낄 수 있다.^{1,2)} 외식산업이 급격한 사회 변화속에 빠르게 일반화 되어가는 배경에는 소득증대 및 평준화, 소비의식 및 패턴의 변화, 생활의 레저화, 도시화 진전, 젊은 연령층의 증가, 여성의 사회참여 증가, 주부의 시간가치 상승, 핵가족화 등의 많은 요인이 관여하고 있다.^{3,5)} 특히 문화의 서구화 현상이 우리 식생활에 깊숙히 침투하면서 패스트푸드의

이용이 급증하고 있다.

외국의 경우 이미 1950년대에 패스트푸드점이 설치되기 시작하여 1960년대에는 패스트푸드의 이용이 급증하였고 그 후 꾸준히 증가하고 있으며¹⁾ 우리나라는 1979년 일본 롯데리아와 합작 설립된 롯데리아를 시작으로 1980년대에 패스트푸드의 보급이 급격히 증가하기 시작하였고 1985년에는 1000여개의 패스트푸드점이 생겼다.⁴⁾ 국내의 패스트푸드점은 주로 외국의 유명업체와 기술 제휴 및 합작을 하고 있고 매해 비싼 로얄티를 지불하는 실정이다.^{1,3)}

패스트푸드점에서는 대부분 서양음식을 상품으로 하고 있고 간편성을 위주로 운영되고 있으며 청소년과 청년을 대상으로 번창하고 있으므로 우리나라의 식생활과 전통 식문화에 큰영향을 미칠것으로 생각된다. 그러므로 패스트푸드로부터 균형잡힌 영양이 공급되고 바람직한 식습관을 갖도록 배려함이 중요하다. 본 연구에서는 서울지역 대학생들을 대상으로 패스트푸드에 대한 소비행동과 패스트푸드가 우리 식생활에 미치는

영향과 패스트푸드점의 증가에 대한 대학생들의 의식 등을 조사하여 패스트푸드의 질적 향상을 위한 참고 자료를 얻고자 함이다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 조사는 서울지역 종합대학중 8개교를 무작위 추출하여 각 학교당 100명의 학생을 대상으로 총 800부의 설문지를 배부한 후 부실기재된 것을 제외한 678부를 조사자료로 이용하였다. 조사기간은 1991년 8월 26일부터 8월 30일까지 실시하였다.

2. 조사내용 및 방법

본 조사를 위한 설문지는 기존의 문헌을 참고로 하여 작성하였으며 설문지에 포함된 문항들은 패스트푸드에 관한 일반적인 이용실태와 만족도 등으로 구성되었다. 패스트푸드의 가격, 질, 위생, 서어비스, 양에 대한 만족도는 5점 category scale(1=매우 안좋다, 2=안좋다, 3=보통이다, 4=좋다, 5=매우좋다)로 나타내었다.⁸⁾ 조사방법은 설문지를 조사원이 도서관, 학생회관, 강의실 등에서 배부한 후 조사대상자가 직접 기록하게 하였다.

3. 통계처리

패스트푸드에 대한 만족도를 제외한 조사자료의 통계처리 방법은 빈도와 백분율로 구하였으며 각 항목에 대한 유의성 검증은 χ^2 -test를 이용하였다. 패스트푸드에 대한 만족도의 유의성은 T-test, ANOVA에 의하여 검증하였고 각 항목의 유의성 검증은 Duncan's test를 적용하였다.⁹⁾

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 성별, 연령별 분포

조사대상자의 성별, 연령별 분포는 Table 1과 같다. 총 678명중 남자대학생이 446명(66%), 여자대학생이 232명(34%)이었고 그중 20세이하는 남학생 122명(18%), 여학생 73명(11%), 21-25세사이는 남학생 272명(40%), 여학생 157명(23%), 26세이상은 남학생 52명(8%),

여학생 2명(1%)이었다. 조사대상자중 21-25세(63%)의 분포가 가장 높게 나타났다.

2. 패스트푸드점의 선택동기 및 이용실태

Table 2는 선호하는 패스트푸드에 대하여 나타냈는데 대학생의 70%가 햄버거나 치킨을 선호하였다. 남학생은 햄버거(38%), 치킨(33%), 피자(14%) 등의 순으로 나타났고 여학생은 치킨(35%), 햄버거(32%), 피자(21%) 등의 순으로 나타났으며 남녀간의 유의성은 없었다.

Table 3은 패스트푸드점을 자주가는 정도를 조사한 것으로 대학생의 49%가 한달에 1-3회 패스트푸드점을 이용하고 37%가 거의 가지않는다고 하였는데 남학생(42%)이 여학생(27%)보다 패스트푸드점을 거의 가지 않는 것으로 나타났다($p < 0.001$).

Table 4는 패스트푸드를 선호하는 이유를 조사한 것으로 '간편해서'(28%), 장소가 쾌적하므로'(16%), '친구와 어울릴수 있는 장소이므로'(15%), 맛이 있으므로'(11%), '음식이 빨리 나오므로'(10%), '시간에 구애를 받지 않으므로'(10%), '위생적이므로'(5%), '가격의 폭이 다양하므로'(4%), '영양이 풍부하므로'(1%)의 순으로 나타났고 남녀간에 유의성이 나타났다($p < 0.05$). 이결과는 모 등⁴⁵⁾의 여의도 지역내에서 패스트푸드점을 찾는 고객을 대상으로 조사한 결과와 거의 일치한다. 그러나 류와 광¹¹⁾의 일반인을 대상으로한 햄버거점 선택시 중요하게 여기는 특성에 대한 조사에서는 청결, 간편, 분위기, 친절, 맛, 가격, 신속, 영양, 양 등의 순으로 나타난 것과 본조사 결과와 비교하면 대학생은 청결보다는 간편함을 중요시하는 경향을 나타내었다.

Table 2. 선호하는 패스트푸드 N(%)

	남	여	계	비고
햄버거	169(38)	72(32)	241(36)	$\chi^2=8.36$
치킨	174(33)	81(35)	228(34)	
도넛	14(3)	4(1)	18(3)	DF=4
스낵	54(12)	26(11)	80(12)	
피자	62(14)	49(21)	111(16)	NS
계	446(100)	232(100)	678(100)	

NS: not significant

Table 3. 패스트푸드점에 가는 빈도 N(%)

	남	여	계	비고
거의 가지않는다	190(42)	63(27)	253(37)	$\chi^2=22.03$
1-3회/1달	208(47)	120(52)	328(49)	DF=2
4회이상/1달	48(11)	49(21)	97(14)	$p < 0.001$
계	446(100)	232(100)	678(100)	

Table 1. 조사 대상자의 성별 연령별 분포 N(%)

	20세이하	21-25세	26세이상	계
남	122(27)	272(61)	52(12)	446(100)
여	73(31)	157(68)	2(1)	232(100)
계	195(29)	429(63)	54(8)	678(100)

Table 4. 패스트푸드를 선호하는 이유

	남	여	계	비고
음식이 빨리 나오므로	45(10)	23(10)	68(10)	
위생적 이므로	27(6)	7(3)	34(5)	
맛이 있으므로	45(10)	29(13)	74(11)	$\chi^2=17.09$
시간에 구애를 받지 않으므로	49(11)	21(9)	70(10)	
장소가 쾌적하므로	71(16)	35(15)	106(16)	DF=9
영양이 풍부하므로	5(1)	0(0)	5(1)	
가격의 폭이 다양하므로	13(3)	14(6)	27(4)	$p<0.05$
친구와 어울릴수있는 장소	62(14)	37(16)	99(15)	
간편함으로	129(29)	63(27)	192(28)	
친절함으로	0(0)	3(1)	3(0)	
계		446(100)	232(100)	678(100)

Table 5. 패스트푸드점을 가는 목적 N(%)

	남	여	계	비고
만남을 위해	227(51)	130(56)	357(53)	$\chi^2=2.06$
먹기 위해	129(29)	56(24)	185(27)	DF=3
휴식을 위해	58(13)	30(13)	88(13)	NS
빈시간처리를 위해	32(7)	16(7)	48(7)	
계	446(100)	232(100)	678(100)	

NS: not significant

Table 6. 식사비용 지불방법 N(%)

	남	여	계	비고
각자 지불	125(28)	148(64)	273(40)	$\chi^2=82.93$
대표 한사람	169(38)	44(19)	213(31)	DF=3
연장자 지불	36(8)	5(2)	41(6)	$p<0.001$
몇몇사람 지불	116(26)	35(15)	151(22)	
계	446(100)	232(100)	678(100)	

Table 5는 패스트푸드점을 가는 목적을 조사한 것으로 '만남을 위하여'(53%), '먹기 위하여'(27%), '휴식을 위하여'(13%), '빈시간처리를 위하여'(7%)의 순으로 나타났고 남녀간의 유의성은 없었다. 하루중 주로 이용하는 시간대는 대학생의 55%가 오후 2시-6시 사이에 이용하였고 27%가 오후 6시이후, 14%가 정오-오후3시, 3%가 오전, 1%가 아침 9시이전으로 나타났다. 대학생의 1회 1인당 외식비용은 1000원-2000원이 34%, 2000원-3000원이 34%, 3000원-4000원이 14%, 4000원 이상이 9%, 1000원미만이 8%의 순으로 나타났다. 이결과는 안¹⁰⁾의 대학생들을 대상으로한 1인 1일 점심 외식비가 500원-900원이 43.6%, 1000원-2000원이 53.9%, 2000원-3000원이 0.9%, 3000원 이상이 0.3%로 나타난 것과 비교할때 대학생의 외식비용이 많이 증가한 것을 보여주고 있다.

Table 7. 패스트푸드 선택의 기준 N(%)

	남	여	계	비고
기호에 따라	294(66)	186(80)	480(71)	$\chi^2=35.36$
동행인과 같은것	40(9)	4(2)	44(6)	DF=3
가격에 따라	107(24)	42(18)	149(22)	$p<0.001$
영양을 고려	5(1)	0(0)	5(1)	
계	446(100)	232(100)	678(100)	

Table 6은 패스트푸드점에서 식사비용 지불 방법을 나타냈는데 '각자 지불한다'(31%), '대표로 한사람이 지불한다'(31%) '몇몇 사람이 지불한다'(22%), '연장자가 지불한다'(6%)의 순으로 나타났다. 여학생의 경우 '각자 지불한다'(64%)가 남학생(28%)보다 높게 나타났으며 남학생의 경우 '대표로 한사람이 지불한다'(38%)가 여학생(19%)보다 높게 나타났($p<0.001$). 이는 모 등⁴⁾의 조사에서 청년여자(48.2%)가 남자(19.4%)보다 각자 지불하는 비율이 높게 나타난 것과 일치하는 경향을 보이고 남녀 모두 각자 지불하는 비율이 높아진 것으로 나타났다.

Table 7은 음식선택의 기준을 나타내는데 대학생의 71%가 '기호에따라', 22%가 '가격에따라' 음식을 선택하는 것으로 나타났고 영양에 대하여는 고려하지 않는것(1%)으로 나타났다. 그리고 여학생(80%)이 남학생(66%)보다 기호를 고려하여 음식을 선택하였고 남학생(24%)이 여학생(18%)보다 가격을 고려하여 음식을 선택하였다($p<0.001$).

3. 패스트푸드를 주문하는 방법과 선호하는 음식의 종류

Table 8은 패스트푸드를 주문하는 방법을 나타낸 것으로 대학생의 51%가 햄버거나 치킨+음료, 24%가

Table 8. 패스트푸드를 주문하는 방법

	남	여	계	비고
음료	22(5)	12(5)	34(5)	
스낵	4(1)	0(0)	4(1)	$\chi^2=25.24$
햄버거나 치킨	36(8)	2(0)	38(6)	
스낵+음료	45(10)	39(17)	84(12)	DF=6
햄버거나 치킨+음료	232(50)	116(52)	348(51)	
햄버거나 치킨+스낵	4(1)	0(0)	4(1)	$p<0.001$
햄버거나 치킨+스낵+음료	103(23)	63(27)	166(24)	
계	446(100)	232(100)	678(100)	

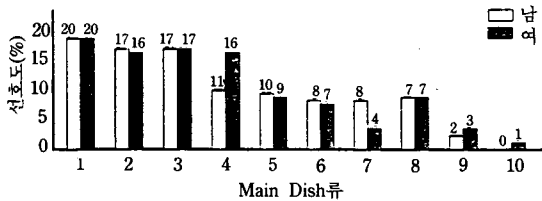


Fig. 1. 패스트푸드점에서 대학생이 선호하는 Main Dish류

1. 고기햄버거, 2. 치즈버거, 3. 치킨, 4. 피자, 5. 치킨햄버거, 6. 휘쉬버거, 7. 스파게티, 8. 도넛, 9. 로스트비프샌드위치, 10. 칠리라이스

햄버거나 치킨+스낵+음료, 12%가 스낵+음료를 주문하였고 음료만 주문하는 경우는 남녀 모두 5%에 불과하였다. 여학생(17%)이 남학생(10%)보다 스낵+음료의 선택이 높았다($p<0.001$).

Fig. 1은 패스트푸드점에서 선호하는 Main Dish의 종류를 조사한 것이다. Main dish류에서 여학생은 고기햄버거(20%), 치킨(17%), 피자(16%), 치즈햄버거(16%), 치킨햄버거(9%)의 순으로 나타났고 남학생은 고기햄버거(20%), 치킨(17%), 치즈햄버거(17%), 피자(11%), 치킨햄버거(10%)의 순으로 나타났다. 여학생(16%)이 남학생(11%)보다 피자를 더 선호하는 것으로 나타났다. 스낵류에서는 여학생의 경우 프렌치 후라이(33%), 비스킷(23%), 핫도그(16%), 파이(13%) 등의 순이었고 남학생의 경우 프렌치 후라이(37%), 핫도그(24%), 비스킷(12%), 치킨 너깃(12%) 등의 순으로 나타났다(Fig. 2). 남녀 모두 프렌치 후라이를 가장 선호하였고 어니언링은 선호도가 가장 낮았다. 음료 및 기타에서는 여학생의 경우 콜라(30%), 아이스크림(11%), 셰이크(12%), 커피(14%), 오렌지주스(11%), 우유(11%) 등의 순이었고 남학생의 경우 콜라(23%), 셰이크(16%), 오렌지주스(11%), 아이스크림(11%), 냉커피(7%) 등의 순으로 나타났다(Fig. 3). 남녀 모두 콜라를 가장 선호하였고 여학생이 남학생보다 커피나 우유를 선호하는 것으로 나타났다. 한국영양자료집¹¹⁾의 서울지역 거주인의 1일

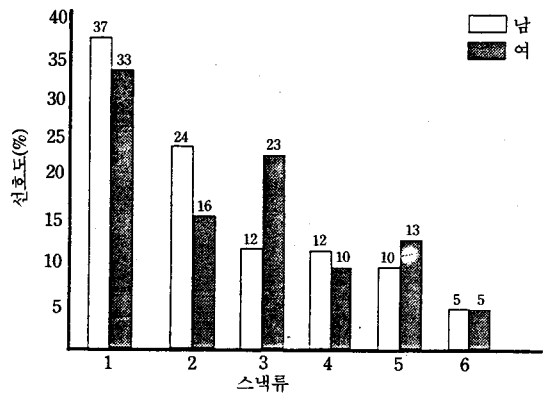


Fig. 2. 패스트푸드점에서 대학생이 선호하는 스낵류
1. 후렌치후라이, 2. 핫도그, 3. 비스킷, 4. 치킨너깃, 5. 파이, 6. 어니언링

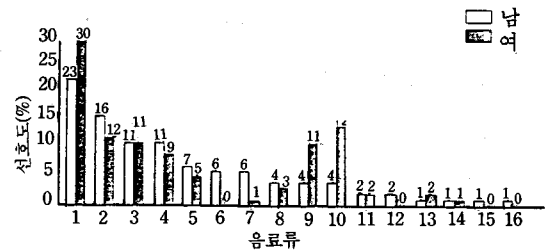


Fig. 3. 패스트푸드점에서 대학생이 선호하는 음료 및 기타

1. 콜라, 2. 셰이크, 3. 아이스크림, 4. 오렌지주스, 5. 냉커피, 6. 홍차, 7. 팔빙수, 8. 사이다, 9. 우유, 10. 커피, 11. 환타, 12. 과일주스, 13. 아이스티, 14. 포도주스, 15. 코코아, 16. 유자차

평균 음료 섭취량 조사결과는 우유 215 ml, 탄산음료 178 ml, 과일주스 78 ml, 커피·홍차·코코아류 56 ml로 나타났는데 이는 본 조사 결과와 차이를 보이고 있다.

4. 패스트푸드에 대한 만족도 Table 9는 패스트푸

Table 9. 패스트푸드의 가격, 질, 위생, 서어비스, 양에 대한 만족도^a

	가격	질	위생	서어비스	양
성별					
남	2.20	3.25	3.39	3.13	2.19
여	2.18	3.24	3.30	2.97	2.37
T-value	0.3308	0.1732	1.3560	2.5769**	-3.1013**
빈도					
거의가지않는다	2.03 ^b	3.02 ^b	3.31	3.01 ^b	2.31 ^b
1-3회/1달	2.34 ^c	3.39 ^c	3.45	3.19 ^c	2.37 ^c
4회이상/1달	2.28 ^c	3.39 ^c	3.32	3.10 ^{bc}	2.39 ^c
F-value	14.312**	21.5131**	2.3888	3.6430*	8.7604**
연령					
20세이하	2.25	3.30	3.37	3.06	2.23
21-25세	2.24	3.25	3.37	3.13	2.28
26세이상	2.12	3.31	3.65	3.27	2.43
F-value	0.6290	0.2655	2.6047	1.5305	1.5881

^a1=매우 안좋다, 2=안좋다, 3=보통이다, 4=좋다, 5=매우 좋다.

^{b,c}means in a column followed by different superscripts are significantly different by duncan's test.

* $p < 0.05$, ** $p < 0.001$

드의 가격, 맛, 위생, 서어비스, 양에 대한 대학생의 만족도를 성별, 자주가는 빈도, 연령별로 나타내었다. 서어비스에 대하여 남학생(3.13)이 여학생(2.97)보다 더 만족하게 느끼는 반면, 양에 대하여는 여학생(2.37)이 남학생(2.19)보다 더 만족하게 느끼는 것으로 나타났다($p < 0.001$). 가격, 질, 위생면에서는 남녀간에 유의성이 나타나지 않았다. 자주가는 빈도별로는 가격, 질, 양에 대한 만족도가 자주가는 사람이 거의 가지 않는 사람보다 높게 나타났다($p < 0.001$). 연령별로는 가격, 질, 위생, 서어비스, 양에 대한 만족도에 유의성이 나타나지 않았다. 전반적인 패스트푸드의 가격, 질, 위생, 서어비스, 양에 대한 대학생의 만족도를 비교하면 가격과 양에서 만족도가 낮은것으로 나타났는데 이는 류와 콰¹⁾의 국내 패스트푸드점에 대한 소비자의 의견 조사에서 나타나는 양과 가격에 대한 낮은 만족도와 일치한다.

패스트푸드업체는 대부분이 외국 브랜드로서 연간 막대한 로얄티를 지불하고 있는 실정인데^{6,7)} 이러한 외국 브랜드 패스트푸드점의 이용에 대하여 대학생의 47%가 '조금씩 삼가해야 한다', 32%가 '가지말아야 한다', 11%가 '맛과 질적인 면에서 그만한 가치가 있다고 생각한다', 10%가 '별 생각이 없다'의 순으로 응답하였다(Table 10). '가지말아야 한다'와 '조금씩 삼가해야 한다' 라고 응답한 여학생이 남학생보다 더 높게 나타났다($p < 0.001$). 그러므로 로얄티 지급이 없는 국내 브랜드의 패스트푸드점이 발전된다면 가격의 만족도를 높일 수 있고 양도 보충될 수 있다고 생각된다.

Table 10. 로얄티를 지불하는 외국 브랜드 패스트푸드점의 이용 N(%)

	남	여	계	비고
가지말아야 한다	134(30)	84(36)	218(32)	$\chi^2 = 22.01$
삼가해야 한다	196(44)	123(53)	319(47)	DF=3
별생각없다	54(12)	14(6)	68(10)	$p < 0.001$
그만한 가치있다	62(14)	11(5)	73(11)	
계	446(100)	232(100)	678(100)	

Table 11. 국내 브랜드 패스트푸드점의 이용에 대한 생각 N(%)

	남	여	계	비고
있다	205(46)	109(47)	314(46)	$\chi^2 = 5.05$
없다	116(26)	44(19)	160(24)	DF=2
모르겠다	125(28)	79(34)	204(30)	NS
계	446(100)	232(100)	678(100)	

NS: not significant

Table 11은 전통음식의 패스트푸드화에 대한 대학생의 의견을 조사한것으로 50%가 '필요성을 느끼지 않는다', 27%가 '신속히 이루어져야 한다', 23%가 '바람직하지만 현실에 맞지 않는다'의 순으로 나타났다. 모 등⁸⁾의 연구결과에서는 '바람직하다'(43.6%), '보통이다'(38.9%), '부정적이다'(17.5%)로 대체로 긍정적인 반응을 보여 본연구와 차이를 보이고 있다. 이는 문화의 서구화 현상에 의한 패스트푸드의 소비증가와 연관지어 볼때 대부분의 대학생들이 전통음식의 패스

트푸드화는 원하지 않는 것으로 생각한다.

IV. 요약 및 결론

1. 대학생의 70%가 햄버거나 치킨을 선호하였는데 남학생은 햄버거, 치킨, 피자 등의 순으로 나타났고 여학생은 치킨, 햄버거, 피자 등의 순으로 나타났다.

2. 대학생의 49%가 한달에 1-3회 패스트푸드점을 이용하고 여학생이 남학생보다 패스트푸드점을 자주 가는 것으로 나타났다. 패스트푸드를 선호하는 이유는 '간편해서', '장소가 쾌적하므로', '친구와 어울릴수 있는 장소이므로', '맛이 있으므로', '음식이 빨리 나오므로', '시간의 구애를 받지 않으므로', '위생적이므로', '가격의 폭이 다양하므로', '영양이 풍부하므로'의 순으로 나타났다.

3. 패스트푸드점을 가는 목적은 '만남을 위하여', '먹기 위하여', '휴식을 위하여', '빈시간 처리를 위하여'의 순으로 나타났다.

4. 대학생의 1회 1인당 식사비용은 1000원-3000원 사이가 68%이었고 여학생의 경우 '각자 지불한다'가 높게 나타난 반면 남학생의 경우는 '대표로 한사람이 지불한다'가 높게 나타났다.

5. 음식을 선택하는 기준은 대학생의 71%가 '기호에 따라', 22%가 '가격에 따라' 선택하는 것으로 나타났는데 여학생이 기호를 더 고려하였고 남학생은 가격을 더 고려하여 음식을 선택하였다.

6. 패스트푸드의 주문방법으로 대학생의 51%가 햄버거나 치킨+음료, 24%가 햄버거나 치킨+스낵+음료, 12%가 스낵+음료, 5%가 음료를 주문하였다. 패스트푸드점에서 선호하는 음식으로는 Main Dish류에서 고기햄버거, 치킨, 치즈버거, 스낵류에서 후렌치 후라이, 핫도그, 비스켓, 음료및 기타에서 콜라, 셰이크, 아이스크림 등의 순으로 나타났다.

7. 패스트푸드의 가격, 맛, 위생, 서어비스, 양에 대한 만족도는 남학생이 여학생보다 서어비스에 대하여 더 만족하게 느끼는 반면 양에 대하여는 덜 만족하게 느끼는 것으로 나타났다. 자주 가는 빈도별로는 가격, 질, 양에 대한 만족도가 자주 가는 사람이 거의 가지않는 사람보다 높게 나타났다.연령별로는 가격, 질, 위생, 서어비스, 양에 대한 만족도에 유의성이 나타나지 않았다.

8. 전통음식의 패스트푸드화에 대한 생각은 대학생의 50%가 '필요성을 느끼지 않는다', 27%가 '신속히 이

루어져야 한다', 23%가 '바람직하지만 현실에 맞지 않는다'로 나타났다.

본 조사에 의하면 대부분의 대학생들이 간편하고, 쾌적하고, 친구와 어울릴 수 있는 장소이므로 패스트푸드점을 자주 가는것으로 나타났고 앞으로도 대학생의 패스트푸드점의 이용이 계속 증가할 것으로 생각한다. 패스트푸드의 가격과 양에 대한 만족도가 질, 위생, 서어비스에 대한 만족도보다 낮게 나타났는데 현재 대부분이 외국브랜드인 패스트푸드점을 로얄티 지불이 없는 국내브랜드의 패스트푸드점으로 전환한다면 가격과 양에 대한 만족도를 높일수 있다고 생각한다. 이러한 전환을 위하여서는 국내브랜드의 패스트푸드점에서 음식의 질, 서어비스, 청결성의 향상이 있어야 한다고 생각한다.

참고문헌

1. 류은순, 광동경: 국내 패스트푸드점에 대한 소비자의 의견조사 -제1보: 햄버거 체인점을 중심으로, 한국식문화학회지, 4(3): 229, 1989.
2. 류은순, 광동경: 패스트푸드 업체의 급식관리. 구조 개선을 위한 모형 설정에 관한 연구, 한국식문화학회지, 5(4): 455, 1990.
3. 안창근: 국내 외식산업의 현황과 전망, 식품공업, 82: 17, 1985.
4. 모수미, 김창임, 이심열, 유은영, 이경신, 최경숙: 패스트푸드의 외식 행동에 관한 실태조사, 한국식문화학회지, 1(3): 295, 1986.
5. 모수미, 전미정, 백수경, 이수경: 패스트푸드의 외식 행동에 관한 2차 실태조사, 한국식문화학회지, 4(1): 84, 1989.
6. 김초영, 남순란, 광동경: 패스트푸드의 이용실태조사및 영양밀도 평가 에 관한 연구, 한국식문화학회지, 5(3): 361, 1990.
7. 김명숙: 외국브랜드 판치는 패스트푸드 시장, 신동아, 9: 534, 1988.
8. Fink, A. and Kosecoff, J.: How to Conduct Surveys -A Step by Step Guide, Sage Publi., Newbury Park, p.36, 1985.
9. Tashman, L. J. and Lamborn, K. R.: The Ways and Means of Statistics, Harcourt Brace Jvanovich, Inc., NY, p.468, 1979.
10. 안숙자: 서울지역 대학생들의 외식행동에 관한 연구, 한국식문화학회지, 4(4): 383, 1989.
11. 한국영양학회: 한국영양자료집, 신광출판사, p.96, 1989.