

## 편의점 이용객의 식품이용실태 및 인식과 만족에 관한 연구 -대구시내 편의점을 중심으로-

서경아 · 송주은 · 한재숙

영남대학교 가정대학 가정관리학과

### A Study on the Pattern of Shopping, the Level of Customers' Cognition and the Level of Satisfaction for Foods Sold in "24-Hour Market Store" in Taegu City

Kyung-Ah Seo, Joo-Eun Song, Jae-Sook Han

*Department of Home Management*

*College of Home Economics*

*Yeungnam University, Kyongsan 712-749, Korea*

#### Abstract

The purpose of this study is to examine the level of customers' cognition, the patterns of shopping, and the level of satisfaction for foods sold in "24-hour market store", and thus to provide a guideline for establishment of 24-hour market store, development of Korean-style food, and enhancement of desirable habit of eating.

The study conducted a survey for the young customers (13-19 years old) and the old customers (20-38 years old), the residents in Taegu City, for the period Sept. 1-Sept. 30. The survey administered to a total of 700 respondents, and finally received 646 answers. Data analysis incorporates Chi-square test, univariate analysis, Scheffe's test, and correlation analysis, running SPSS Pc+ (Statistical Package for Social Science). The results were drawn as follows :

In terms of the level of cognition, the results show a high level in the aspects of availability, convenience, time-saving in cooking, a variety of goods, easy custody ; a medium level in the aspects of taste and sanitation ; a low level in the aspects of cheapness and import of foreign food. In terms of customers' shopping patterns, the results show that the respondents answered the most convenience in 24-hour open and nearby location. Shopping was mostly done during the evening time between 18:00 and 22:00, and frequently during the mid-night time. Most of the residents needed a discount in the price. In terms of the level of customers' satisfaction, the results show a high level in the aspects of convenience, packing, and variety ; a medium level in the aspects of taste and sanitation ; a low level in the aspects of nutrition, price, import of foreign goods.

## 서 론

고도의 경제성장과 산업화에 따라 현대인들은 간편성과 편리성을 추구하게 되고, 따라서 짧은 시간에 식사를 해결하려는 경향이 강해지고 있다<sup>1)</sup>.

이러한 전반적인 경향에 따라 “편리성”을 최대의 장점으로 살린 편이점이 편의식 위주의 식품뿐만 아니라 생필품, 서적, 문구 등 여러 종류의 상품을 언제, 어느 시간이나 구매할 수 있도록하여 현대생활에 편리함을 도모해주는 곳으로 우리생활 가까이에 자리 잡게 되었다.

편이점에서는 각 업체별로 70% 이상이 식품을 취급하며 또한 대부분이 24시간 영업, 연중 무휴로 기존의 슈퍼마켓과 패스터푸드의 단점들을 보완하여 소비자들의 편의식에 대한 요구를 충족시킴으로서 도입된지 4년만에 급속도로 확산되고 있다.

따라서 앞으로 미래의 식문화를 개척해나갈 젊은 세대들의 식생활에 대한 인식, 특정음식의 편향섭취에서 초래되는 영양의 불균형과 전통 식문화손실이 우려되고 있다. 또, 일부에서는 외국 상표도입 및 기술제휴로 비싼 로열티를 지불하고 있어 외화낭비라는 측면에서도 고려되어야 한다.

이에 본 연구는 주거지근처, 밀집상업지역에 위치하여 우리의 생활에 급속도로 확산되고 있는 편의식이 우리의 식생활문화에 미치는 영향, 식품이용자들의 편의식위주의 식품에 대한 인식과 이용실태 또, 그에 따른 만족도를 조사하여 우리나라의 실정에 맞는 식산업의 발달과 올바른 식생활을 영위하는데 있어 기초자료가 되었으면 한다.

## 연구방법

### 1) 조사대상

본 연구는 대구시내에 거주하는 자로서 평소 편의점을 이용한 적이 있는 사람중 식품이용자 특히 13-19세의 청소년층과 20-38세의 성인층을 대상으로 하였다.

### 2) 조사도구

조사도구로는 선행연구와 문헌을 토대로 작성된 설문지를 예비조사를 통해 수정, 보완하여 사용하였다.

설문지에 포함된 문항은 조사대상자의 일반적인 사항 8문항, 편의점의 식품에 대한 전반적인 인식 14문항, 편의점의 식품에 대한 이용 실태 21문항, 편의점의 식품에 대한 만족도 9문항 등이다.

조사기간은 1993년 9월 1일-9월 30일에 걸쳐 실시하였다.

설문지는 총 700부를 배부하여 응답이 불충분한 내용은 제외시키고 646부를 자료로 이용하였다.

### 3) 자료의 분석

자료의 분석은 SPSS PC프로그램을 이용하여 빈도, 백분율을 구하고 변수간의 유의성검증은 x-test, 일원변량분석을 실시하였다.

## 결 과

### 1) 편의식 식품에 대한 인식 조사

인식문항의 신뢰도 검증결과 신뢰도 계수 = .76으로 나타났다. 인식정도를 5점 Likert 척도를 이용하여 ‘아주 그렇다’를 5점, ‘그렇다’를 4점, ‘그저 그렇다’ 3점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘전혀 그렇지 않다’ 1점으로하여 5점에 가까울수록 긍정적으로 인식하는 것이라 하였으며 각 문항의 전체적인 평균은 <그림 1>과 같다.

‘구입하기 쉽다’ 문항의 평균은 4.0으로 산업화가 증진 확대되면서 식품저장, 가공 및 완전조리식품의 기술이 향상되고, 유통체계가 정립되었으며, 또한 편의점이 우리생활 가까이에까지 확산되어 있을 뿐만 아니라, 손쉽게 편의식품을 구입할 수 있어서 인식도가 가장 높게 나타났다. ‘편리하다’ 항목 또한 3.9로 높게 나타났으며 ‘조리 시간이 절약된다’ 3.9점, ‘종류가 다양하다’ 3.6점, ‘보관이 간편하다’ 3.5점, ‘맛이 있다’ 3.2점 정도로 이상은 전체 평균보다 높게

〈그림 1〉 편의점 식품에 대한 인식

내 용	전혀 않다	그렇지 않다	그 저 그렇다	그 렇 다	아 주 그 렇 다
영양이 풍부하다			2.7		
편리하다				3.9	
가격이 싸다		2.2			
위생적이다				3.3	
건강에 좋다			2.4		
구입하기 쉽다				4.0	
품질이 우수하다			3.0		
맛이 있다			3.2		
보관이 간편하다				3.5	
조리시간이 절약된다				3.9	
믿을수 있다			3.0		
고급스럽다			2.9		
종류가 다양하다				3.6	
외국식품의 소비를 조장하지 않는다			2.2		

나타났다.

‘믿을수 있다’, ‘품질이 우수하다’는 각각 3.0 점, ‘고급스럽다’, ‘영양이 풍부하다’, ‘건강에 좋다’는 각각 2.9, 2.7, 2.4점 정도이며, ‘외국식품의 소비를 조장않는다’, ‘가격이 싸다’는 각각 2.2점 정도로 나타났다. ‘가격이 싸다’의 항목은 인식 정도가 가장 낮게 나타났는데 이것은 구<sup>2)</sup>의 연구에서 밝혀진 편의점 상품에 대한 가장 불만족 사항이 가격이라는 것과 일치한다.

## 2)이용실태

### (1)편의점 식품이용

#### ① 편의점 식품 이용동기

편의점 식품을 이용하게 된 동기로는 〈표 1〉에 나타난것 처럼 ‘길가다가 우연히’가 42%로 나타났다. 성별로 보면 남자는 ‘길가다가 우연히’, ‘24시간영업의 편리성 때문에’, ‘거리적으로 가까이 있어서 있어서’ 등의 순이며, 여자는 ‘길가다가 우연히’, ‘거리적으로 가까이 있어서’, ‘24시간 영업의 편리성 때문에’로 나타났다. ‘24시간 영업의 편리성 때문에’는 여자들보다는 남자들이 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

〈표 1〉 편의점 식품을 이용하게 된 계기

구분		친구가 권해서	신문또는 유입물	TV나 방송	거리적으로 가까이 있어서	24시간영업 편리함에	길가다가 우연히	비 고
성별	남	19(5.9)	4(1.2)	8(2.5)	57(17.6)	100(31.0)	135(41.8)	$x^2=20.64^{**}$ df=5
	여	9(2.8)	1(0.3)	6(1.9)	97(30.0)	72(22.3)	138(42.7)	
연령	청소년	25(6.2)	3(0.7)	7(1.7)	96(23.8)	91(22.5)	182(45.0)	$x^2=18.30^*$ df=5
	성인	3(1.2)	2(0.8)	7(2.9)	58(42.0)	81(33.5)	91(37.6)	
합 계		28(4.3)	5(0.8)	14(2.2)	154(23.8)	172(26.6)	273(42.3)	646(100)

유의 수준 \* $p<.05$  \*\* $p<.01$ .

연령별로 보면 청소년에서는 ‘길가다가 우연히’, ‘거리적으로 가까이 있어서’, ‘24시간 영업의 편리성 때문에’ 순이며, 성인은 ‘길가다가 우연히’, ‘24시간 영업의 편리성 때문에’, ‘거리적으로 가까이 있어서’로 나타났다. ‘24시간 영업의 편리성 때문에’에서는 청소년보다는 성인이 더 높게 나타났다. 이로서 남자와 성인에 있어서 심야시간이용자들이 더 많은 것으로 나타났다. LG유통의 조사<sup>3)</sup>에서도 20-30대 남성의 비율이 전체 이용자들의 44%를 차지하며, 시간대별로도 20-04시까지 심야시간의 이용이 44%로 나타난 것으로 보아 성인 남자의 심야시간대 이용이 높을 것으로 사료된다.

### ② 편의점 식품을 이용하는 이유

편의점에서 식품을 이용하는 이유로는 〈표 2〉에 나타난바와 같다.

전체적으로는 ‘24시간영업의 편리성 때문에’가 37%로 가장 높았으며 ‘근처에 가까이 있어서’, ‘즉석에서 음식을 먹을수 있어서’, ‘깨끗하고 쾌적한 분위기여서’ 순으로 나타났다. 이는 편의

점이 슈퍼마켓이나 재래시장의 불편한 영업시간을 보완하고, 시간과 거리의 편리성을 추구함에 따라 언제, 어느시간에나 이용할수 있다는 편리성 때문인 것으로 나타났다.

변인별로 보면 연령에서 유의적인차( $P<.05$ )가 나타나 청소년 집단에서는 ‘24시간 영업의 편리성때문에’, ‘즉석에서 음식을 먹을수 있어서’, ‘근처에 가까이 있어서’ 등의 순으로 나타났으며, 성인집단에서는 ‘24시간영업의 편리성 때문에’, ‘근처에 가까이 있어서’, ‘즉석에서 음식을 먹을수 있어서’ 등의 순으로 나타났다. 이는 편의점내의 즉석 스낵 코너를 성인보다는 청소년들이 더 많이 이용하는 것으로 생각할수 있다.

### ③ 편의점 식품 이용 횟수

편의점 식품 이용횟수는 〈표 3〉에 나타난바와 같이 조사 대상자의 28%가 한달에 1-2회 이용한다고 하였고 ‘일주일에 1-2회’가 27%, ‘일주일에 2-3회’가 25%, ‘1년에 3-4회’, ‘거의 매일’이 각각 8%로 나타났다.

〈표 2〉 편의점에서 식품을 이용하는 이유

구분		깨끗, 쾌적한 분위기	즉석에서 먹을수있다	24시간영업의 편리성	외국식품이 많다	편의점식품을 더믿을수있다	근처에 있어서	비 고
성별	남	42(13.0)	71(22.0)	129(39.9)	1(0.3)	.	80(24.8)	$x^2=6.00$ df=5
	여	45(14.0)	83(25.8)	108(33.5)		2(0.6)	84(26.1)	
연령	청소년	61(15.1)	108(26.7)	129(31.9)	1(0.2)	2(0.5)	103(25.5)	$x^2=14.38^*$ df=5
	성인	26(10.8)	46(19.1)	108(44.8)			61(25.3)	
합 계		87(13.5)	154(23.9)	237(36.7)	1(0.2)	2(0.3)	164(25.4)	645(100)

유의 수준 \* $P<.05$ .

〈표 3〉 편의점 식품 이용 횟수

변인	구분	거의 매일	일주일에 2-3회	일주일에 1-2회	한달에 2-3회	1년에 3-4회	기 타	비 고
	성별	남	16(5.0)	56(17.3)	93(28.8)	102(31.6)	39(12.1)	
	여	34(10.5)	102(31.6)	80(24.8)	77(23.8)	15(4.6)	15(4.6)	
연령	청소년	40(9.9)	108(26.7)	105(26.0)	96(23.8)	36(8.9)	19(4.7)	x <sup>2</sup> = 15.63** df=5
	성인	10(4.1)	50(20.7)	68(28.1)	83(34.3)	18(7.4)	13(5.4)	
합 계		50(7.7)	158(24.5)	173(26.8)	179(27.7)	54(8.4)	32(5.0)	646(100)

유의 수준 \*\*P<.01 \*\*\*P<.001.

각 변인들로 보면 성별(P<.001), 연령(P<.01)에서 유의하게 나타났는데 성별에 있어서는 남자는 ‘한달에 1-2회’가 32%, ‘1주일에 1-2회’가 25%로 남자에 비해 여자가 더 자주 이용하는 것으로 밝혀졌다. 연령에서는 청소년은 ‘일주일에 2-3회’가 27%, ‘일주일에 1-2회’가 26%, 성인은 ‘한달에 1-2회’가 34%, ‘일주일에 1-2회’가 28%로 나타나 여자일수록, 또 청년일수록 더 자주 이용하는 것으로 나타나, 이는 LG유통의 분석<sup>3)</sup>에서 20-30대 남자가 많이 이용한다는 결과와 차이를 보이고 있는데, 이는 본 조사가 학교 주변을 중심으로 조사한 것이므로 중.고등학교생층이 두드러져 차이를 보인 것으로 생각된다.

(2) 편의점 식품 이용시 비용

① 편의점 식품이용시 한번의 지출 비용은

〈표 4〉에 나타나 있듯이 ‘1,000-3,000원 미만’이 55%로 가장 비율이 높으며, 변인별로는 성별(P<.05), 연령(P<.001)에서 유의미차를 보이며, 남, 여모두 ‘1,000-3,000원 미만’이 가장 높고 연령에서 청소년은 ‘1,000-3,000원 미만’, ‘1,000원미만’, ‘3,000-5,000원미만’ 순이며 성인은 ‘1,000-3,000원미만’ 순이며, 성인은 ‘1,000-3,000원 미만’, ‘3000-5000원미만’, ‘1000원미만’ 순이다. 이는 성인이 청소년보다 용돈이 더 많은 것에 기인한 것이라 할수 있다.

연령 및 교육정도와 편의점 식품이용시 한번의 지출비용과의 관계에서는 〈표 5〉과 〈표 6〉에서 보듯이 정의 상관관계 (P<.001)를 나타냄으로서 연령이 높을수록 교육정도가 높을수록 한번의 지출비용이 증가한다고 할수 있다.

〈표 4〉 편의점 식품 이용시 한번의 지출비용

변인	구분	1000원 미만	1000원-3000원미만	3000원-5000원미만	5000원-7000원미만	7000원-9000원 이상	비 고	
	성별	남	86(26.7)	182(56.5)	38(11.8)	9(2.8)		3(0.9)
	여	97(30.1)	173(53.7)	21(6.5)	21(6.5)	5(1.6)		
연령	청소년	147(36.6)	226(56.2)	12(3.0)	11(2.7)	3(0.7)	x <sup>2</sup> = 83.64*** df=5	
	성인	36(14.9)	129(53.3)	47(19.4)	19(7.9)	5(2.1)		
합 계		183(28.4)	355(55.1)	59(9.2)	30(4.7)	8(1.2)	9(1.4)	644(100)

유의 수준 \*P<.05 \*\*P<.01 \*\*\*P<.001.

〈표 5〉 연령과 편의점 식품이용시 한번 지출비용과의 상관관계

구분	연령	한번 지출 비용
연령	1.000	.3496***
한번의 지출비용		1.0000

유의 수준 \*\*\*P<.001.

〈표 6〉 교육정도와 한번지출비용과의 상관관계

구분	교육 정도	한번 지출비용
교육 정도	1.0000	.2050***
한번의 지출비용		1.0000

유의 수준 \*\*\*P<.001.

(3) 편의점 식품 이용시의 개선점

편의점에서 식품이용시에 대한 요망사항으로 〈표 7〉에 의하면 ‘가격을 더 낮추었으면’이 36%, ‘외국상표의 식품을 줄였으면’이 17%, ‘영양이 더 고려되었으면’, ‘종류가 더 다양하였으면’, ‘우리상표의 식품을 늘렸으면’, ‘위생상태 개선’의 순으로 나타났으며 연령은 유의적인차(P<.01)를 보이고 있다.

청소년층에서는 ‘가격을 더 낮추었으면’이 40%이며 ‘외국상표의 식품을 줄였으면’, ‘종류가 더 다양하였으면’, ‘영양이 더 고려되었으면’, ‘우리 상표의 식품을 늘렸으면’, ‘종류가 더 다양하였으면’의 순으로 청소년에 비해 성인이 영양과 우리 고유 상표의 식품을 더 원하는 것으로 나타났다.

〈표 7〉 편의점에서 식품이용시에 대한 요망사항

구분	변인	종류가더	영양이더	위생상태	가	외국상표	종업원의
		다양	고려	개선	인	줄임	서비스향상
성별	남	30(9.3)	45(13.9)	19(5.9)	120(37.2)	44(13.6)	19(5.9)
	여	46(14.3)	33(10.2)	22(6.8)	109(33.9)	68(21.1)	11(3.4)
연령	청소년	53(13.2)	45(11.2)	21(5.2)	160(39.7)	60(14.9)	24(6.0)
	성인	23(9.5)	33(13.6)	20(8.3)	69(28.5)	52(21.5)	6(2.5)
합	계	76(11.8)	78(12.1)	41(6.4)	229(35.5)	112(17.4)	30(4.7)

유의수준\*\*P<.01.

외국상표	우리상표	이대로	기	기
늘임	늘임	좋다	타	타
(0.6)	33(10.2)	9(2.8)	2(0.6)	$\chi^2=18.24$ df=10
1(0.3)	24(7.5)	7(2.2)		
	28(6.9)	11(2.7)	1(0.2)	$\chi^2=29.14^{**}$ df=10
3(1.2)	29(12.0)	5(2.1)	2(0.8)	
3(0.5)	57(8.8)	16(2.5)	3(0.5)	645(100)

3) 편의점 식품이용에 대한 만족도

편의점 식품이용에 대한 만족 정도는 신뢰도 계수 =.69로 나타났으며, 각 항목에 있어서 만족 정도의 평균은 〈그림2〉와 같다. 각 항목별 Likert5점 척도를 이용하여 ‘아주 만족한다.’ 5점, ‘만족한다.’ 4점, ‘그저 그렇다.’ 3점, ‘불만족한다.’ 2점, ‘아주 불만족한다.’ 1점으로 살펴본 결과 ‘편리함’에서 4.0, ‘포장’, ‘종류’, ‘품질’, ‘맛’, ‘위생’은 각각 3.5, 3.4, 3.2, 3.1, 3.1로 나타나, 이상의 항목은 평균보다 만족도가 높았으며 ‘영양’, ‘가격’, ‘외제 상표의 도입’은 각각 2.7, 2.4, 1.9로 나타나 만족도가 낮은 것으로 밝혀졌다. 특히 ‘외제 상표도입’에 대해서는 가장 불만족하고 있었으며 따라서 우리의 실정에 맞는 자체 상품 및 식품개발이 시급하다고 보여진다.

〈그림 2〉 편의점 식품이용시 만족도

		아주불만족	불만족	보 통	만 족	아주만족
영	양			2.7		
편 리	합				4.0	
가	격			2.4		
위	생			3.1		
품	질			3.2		
	맛			3.1		
종	류			3.4		
포	장			3.5		
외	제상표 도입		1.9			

(1) 이용실태에 따른 만족도

편의점 식품을 이용하는 이유(P<.01), 편의점에서 식품이용시에 대한 요망 사항(P<.01) 슈퍼마켓에서 식품을 구입할때와 비교시 편의점의 좋은점(P<.01)에서 유의적인 차가 나타났으며 편의점 식품을 이용하는 이유에서 '깨끗하고 쾌적한 분위기'는 만족도가 높게 나타났으며 '즉석에서 음식을 먹을수 있어서', '24시간영업의 편리성', '근처에 가까이 있어서'는 만족도가 낮게 나타났다. 편의점에서 식품 이용시에 대한

요망사항으로 '지금 이대호가 좋다'에 대한 만족도가 가장 높았으며 '우리 상표의 식품을 더 늘렸으면', '종업원의 서비스가 향상되었으면', '영양이 더 고려되었으면'에서 만족도가 높게 나타났다. 슈퍼마켓에서 식품을 구입할때와 비교시 편의점의 좋은점에서 '더 위생적이다.', '종업원이 더 친절하다.', '식품종류가 더 많다.', '분위기가 더 좋다.'가 높은 만족도를 나타내었다.

〈표 8〉 편의점 식품의 이용실태에 따른 만족도

변인	구	분	N	M	SD	F-값
이용 빈도	거의 매일		50	27.7800	4.6480	2.38
	일주일에 2-3회		158	27.6013	3.5780	
	일주일에 1-2회		173	27.4104	3.2866	
편의점 식품을 이용하는 이유	한달에 1-2회		178	26.9888	3.3665	5.47**
	1년에 3-4회		54	26.0926	4.0667	
편의점 식품을 이용하는 이유	깨끗하고 쾌적한 분위기		87	28.6437	3.0878	5.47**
	즉석에서음식을먹을수있어서		154	27.1765	3.4472	
	24시간 영업의 편리성		237	27.0000	3.8268	
편의점 식품을 이용하는 이유	근처에 가까이 있어서		164	26.9024	3.3748	

변인	구	분	N	M	SD	F-값
한번이용 음식	식사가 될 만큼		59	27.3898	4.0429	0.97
	반찬거리		4	27.7500	3.3040	
	간식정도		496	27.2923	3.5146	
	음료만		86	27.6047	3.8965	
편의점 식품이 용시에 대한요 망사항	종류가더다양하였으면		76	27.3298	3.7323	3.57**
	영양이더고려되었으면		78	27.5513	3.0649	
	위생상태가개선되었으면		41	26.5610	4.0746	
	가격을 더 낮추었으면		229	26.8777	3.5309	
	외국상표의식품을줄였으면		112	26.6786	3.3617	
	종업원의서비스가 항상		30	27.9000	4.1135	
	우리상표의식품을더늘렸으면		57	28.0175	3.4200	
지금이대호가 좋다.		16	30.5625	4.4267		
슈퍼마 켓과비 교시중 은점	식품종류가더많다		74	27.9730	3.9308	4.16**
	24시간영업		304	26.7500	3.4959	
	즉석에서먹을수있다		162	27.1852	3.3496	
	더위생적이다		36	28.8889	2.9836	
	분위기가더좋다		52	27.8269	3.9344	
	종업원이더친절하다		13	28.7692	3.8113	

유의수준 \*P&lt;.05 \*\*P&lt;.01.

## 요약 및 결론

본 연구는 현재 편의점에서 시판되고 있는 식품에 대한 고객들의 인식 및 이용실태에 따른 만족도를 조사하였다. 그 결과는 다음과 같다.

### 1) 편의점 식품에 대한 인식

편리하다고 인식하는 사람이 많은 반면 가격에 대해서는 비싸다고 인식하고 있어 가격보다 편리를 우선하는 소비패턴의 변화가 아직까지는 생활에 보편화되어 있지 않은 것으로 생각할 수 있다.

또한, '구입하기 쉽다', '조리시간이 절약된다', '종류가 다양하다', '보관이 간편하다', '위생적이다'라고 인식하고 있으며, '품질이 우수하다', '영양이 풍부하다', '믿을 수 있다', '고급스럽다', '가격이 싸다'에 대해서는 인식이 낮은 것으로 나타났다. 그리고 편의점이 외국식품의 소비를 조장하고 있는 것으로 인식하고 있다.

### 2) 이용실태

### (1) 편의점 식품이용

이용하게 된 계기가 길가다가 우연히가 42%로 높게 나타났으며, 편의점에서 식품을 이용하는 이유는 24시간 영업의 편리성 때문이 37%로 나타났다. 이용횟수는 한달에 1-2회가 가장 많았으며, 성별(P<.001) 및 연령(P<.01)에서 유의적인 차가 나타났고, 청소년 및 여자들이 일주일에 2-3회 이용하는것으로 높게 나타났다.

### (2) 편의점 식품 이용시 지출비용

한번의 지출비용으로 1,000-3,000원 미만이 55%로 나타났으며, 성별로는 남,여 모두 1,000-3,000미만이 가장높고, 연령이 높을수록 편의점 식품의 이용시 한번의 지출비용이 증가하는 것으로 나타났다.

### (3) 편의점 식품이용시 요망사항

편의점 식품 이용시 요망사항으로는 '가격을 내렸으면', '외국상표의 식품을 줄였으면', '영양이 더 고려되었으면', '종류가 더 다양해졌으면'의 순으로 나타났다.

### (4) 편의점 식품이용시 만족도



편리함, 포장, 종류, 품질, 맛, 위생은 평균 3점 이상으로 나타났으며, 영양, 가격, 외제 상표도 입은 그 이하로 나타났다. 남자와 청소년은 만족도가 평균보다 높게 나타났으며, 여자와 성인층에서는 평균보다 낮게 만족하는 것으로 나타났다.

인식정도에 따른 만족의 차이는 인식도가 높은 집단이 낮은 집단보다 만족도가 높은 것으로 나타났다.

### 참 고 문 헌

1. 최 대웅, 외식업, 경영관리, 7, 1989.
2. 구 영득, 편의점의 판매전략에 대한 연구, 영남대학교 경영대학원 경영학과, 42-43, 1993.
3. 체인스토아, 한국슈퍼체인협회출판부, 8, 1993.
4. 김 경옥, 편의점은 이렇게 경영하라, 우아당, 92, 69, 107, 1991.
5. 윤 장천, 편의점 사업의 신규 진출을 위한 타당성 연구, 서강대학교 경영대학원, 45, 1993.
6. 문 수재외, 도시 주부의 식품소비구조변화와 미래의 식생활 향상을 위한 연구, 한국음식문화연구원, 494-495, 1988.
7. 이 진호, 우리나라 편의점의 발전 방향에 관한 연구, 성균관대학교 무역대학원, 1, 1992.
8. 문 수재외, 청소년의 식품에 대한 가치구조의 분석 연구, 한국식문화학회지, 154, 1986.
9. 김 미향, 도시 주부의 식료품 소비구조분석, 영남대학교 대학원, 3, 1989.
10. 이 원희, 대구시내 중학생들의 식습관 및 기호에 관한 연구, 영남대학교 교육대학원, 7, 1986.