

# 가정식사 대용식(HMR) 범주에 따른 이용 현황의 구조적 관련성 검증<sup>1)</sup>

이해영<sup>1\*</sup> · 정라나<sup>2</sup> · 양일선<sup>2</sup>

상지대학교 식품영양학과<sup>1</sup>, 연세대학교 식품영양학과<sup>2</sup>

본 연구에서는 가정식사 대용식(HMR)의 세 범주('바로 먹는 음식', '가열 후 먹는 음식', '간단 조리 후 먹는 음식')에 따른 이용현황 구성 개념들간의 구조적 관련성을 검증하는 것을 목적으로 하였다. 자료 수집은 가정식사 대용식(HMR)의 이용 경험이 있는 20세 이상 성인으로 서울, 경기 지역 거주자 550명을 대상으로 2005년 3월 12일~30일까지 설문지를 배부하고 451부를 회수하여 분석 자료로 이용하였다. 본 연구를 위하여 Pearson correlation을 사용하여 집단별 이용빈도, 선호도, 만족도, 재구매 의도의 상관관계를 분석한 후 다중 회귀 분석을 이용한 경로분석을 실시하였다. '바로 먹는 음식(Ready to eat)'에서 이용빈도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.435이었고, 선호도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.656이었으며, 만족도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.772이었다. '가열 후 먹는 음식(Ready to heat)'에서 이용빈도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.448이었고, 선호도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.556이었으며, 만족도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.645이었다. '간단 조리 후 먹는 음식(Ready to end-cook)'에서 이용빈도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.432이었고, 선호도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.494이었으며, 만족도가 재구매 의도에 미치는 총효과는 0.608이 되었다. 이상의 결과를 종합해 볼 때, 가정식사 대용식의 범주에 따른 이용현황의 구성 개념들간 구조적 관련성에 차이를 보이므로, 가정식사 대용식 범주에 따른 차별화된 판매 전략이 필요함을 시사한다.

- \* 담당자 : 이 해 영
- \* Tel : 033-730-0492
- \* 휴대전화 : 016-212-1317
- \* Fax :
- \* E-mail : hy1317@sangji.ac.kr

<sup>1)</sup> 이 논문은 2004년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음 (KRF-2004-003-C00226)