

# 도시주부의 편의식품 유형과 소비행동 분석\*

## Convenience Food Type and Convenience Food Consumption Behavior of Wives in Korea

제 미 경  
인제대학교 가족·소비자학과

Jae, Mie Kyung  
Dept. of Family & Consumer Science, Inje Univ.

### Abstract

The purpose of this study was to classify the type of the convenience food and examine the consumption behavior of convenience food of wives according to socio-economic and demographic variables and psychological variables.

The survey was conducted using interview during October 1 and October 30, 1996. The data used in this study included 186 women with husband present living in Pusan. Statistical analyses were conducted using frequencies, percentiles, mean, oneway ANOVA, Duncan test and factor analysis.

The major findings were as follows:

1. The convenience food was classified as 5 types : Korean style side dishes, soy-bean paste, delivery food and cleaned vegetables, noodles and side dishes for a lunch-box, canned and retort foods.

2. Wife's age, income, number of family members, education, tenure, level of employment status, attitude toward convenience food, family goal orientation and job goal orientation were significantly related to the convenience food consumption behavior of housewives.

### I. 서론

70년대에 들어서면서 여성의 경제활동참가의 증가는 급격한 산업사회의 변화에 적응하기 위한 방안중의 하나로 특히 이인소득가계의 증가를 수반하는 기혼여성의 참여가 두드러진다. 취업주부들의 증가는 미래의 소비패턴을 바꾸어 놓을 것이고 마케터들은 미래의 취업주부들이 이전과는 달리 자신에 대해 과감히 투자하고 시간절약형, 건강추구형 소비스타일을 보일 것으로 예견하고 있다 (한국경제

신문, 96.10.14 59쪽). 이러한 시간절약형 소비스타일은 주부들로 하여금 음식준비에 드는 시간을 절약하기 위한 편의식품 이용을 유도할 것으로 생각된다. 편의식품이란 음식을 차려내기 이전에 약간의 조리과정을 필요로하거나 또는 조리과정을 전혀 필요로 하지 않는 식품으로, 이러한 편의식품의 이용증대는 주부들의 가사노동시간을 줄여 줄 것이므로 주부들 역시 최소한 시간을 편의식품이라는 자원으로 대체하고자 할 것으로 전망된다.

\*본 논문은 1996년도 인제대학교 학술연구조성비 보조에 의한 것임.

한편, 우리나라 도시가구의 외식비는 97년도 3/4분기 도시근로자의 가계수지동향중 가구당 16만 5천3백원으로 지난해 동기대비 17.0% 증가했고 소비지출의 비중은 10.3%에서 11.1%로 증가했다(통계청, 1997).

이에 마케터들은 여성의 시간제약을 줄여 줄 수 있는 새로운 상품을 개발하고 있고 (Gross & Sheth, 1989), 여성의 역할변화는 이러한 상품 및 서비스의 소비행동에 영향을 주고 있다. 한편, 도시화, 핵가족화로 가공식품, 외식, 간편식, 자연식을 선호하는 새로운 소비패턴과 가전제품 보급으로 인한 식생활패턴의 급격한 변화로 냉동식품 등의 수요증대는 식품산업을 변화시키고 있다(김동기, 1993).

이러한 상황에서 여성의 역할에 대한 태도는 여성의 취업유무 및 직업지위에 따라 달라질 수 있고 취업주부는 자신의 욕구를 충족시키기 위한 기회를 집밖에서 찾을 수 있기 때문에 가사일에 대한 태도도 전업주부와는 다를 수 있다. 부산지역 취업주부의 연구에서 편의식품을 많이 사용하는 집단은 경제적 동기에서 취업한 주부들이 많다는 연구(제미경·김병숙, 1994)가 있기는 하지만 주부의 역할태도와 편의식품에 대한 태도에 따라서도 편의식품의 소비행동이 달라질 수 있기 때문에 태도, 역할, 행동의 관계를 규명할 필요가 있다. 또한 편의식품도 나날이 종류가 다양해지고 있기 때문에 이를 유형화하는 일도 필요할 것이다.

본 연구는 최근 식생활패턴의 변화에 따라 편의식품 소비가 증가하면서, 다양한 편의식품이 나오고 있는데 이러한 편의식품을 유형화하고, 편의식품 소비행동에 영향을 미치는 요인을 사회경제·인구학적 변수와 심리적 변수에 따라 분석하는데 목적이 있다.

이러한 연구는 마케터들에게는 편의식품 소비행동에 대한 아이디어를 제공하여 다양한 소비자의 욕구에 따른 편의식품에 대한 시장세분화 전략에 필요한 정보를 제공할 수 있다. 한편 취업주부가 증가하고 가사노동이 사회적 노동으로 대체되는 것은 경제발전에서 나타나는 필연적인 결과이기 때문에, 주부소비자들에게는 편의식품을 사용하는 것이 주부의 역할을 벗어나는 행동이 아니라 현대사회를 살아가는데 있어 필요에 따라서는 편의식품의

이용이 불가피할 수도 있으므로 이와같은 연구는 주부들에게 편의식품에 대한 올바른 정보를 제공하고, 사고의 전환을 도모함으로써 풍요로운 소비생활을 영위하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 주부의 취업과 편의식품 소비행동

주부의 취업과 편의식품 소비행동은 가계생산이론과 역할이론에서 찾아볼 수 있다.

가계생산이론에 의하면 가계는 소비 뿐 아니라 생산의 단위이고 시간, 자원, 기술의 제약 하에서 가능한 상품의 조합을 생산함으로써 효용을 극대화 한다고 한다. 시간은 희소한 자원이고 시간 사용은 개인이나 가계에 대한 시간의 가치에 영향을 받는데 시장생산에 참여하는 사람은 비시장생산에 시간을 덜 사용하게 된다. 기혼여성의 노동시장 참여의 증가는 가정내에서의 생산활동을 변화시켰는데 (Senauer, 1983), 취업주부의 시간의 가치 증가는 재화의 생산방법에 영향을 주어 최소한 시간을 재화로 대체하고 따라서 편의식품의 사용으로 요리시간을 덜 소비하게 된다 (Becker, 1965).

가계생산이론에서는 가계의 의사결정에서 시간제약의 중요성을 강조하고 기혼여성의 노동 공급 증가가 식사생산에 덜 집약적인 재화인 외식을 더 소비하고 횡수도 늘어난다는 것을 주장했다(Oritz, MacDonald, Ackerman & Goebel, 1981; Bellante & Foster, 1984; Kolodinsky, 1987). 그러나 외식이 가정식보다 덜 시간집약적은 아니며 이의 대안으로 음식을 적게 생산하고 소비하거나 외식서비스 대신 집에서 재빨리 준비할 수 있는 음식으로 대체하는 것이 효율적이라는 연구 결과 (Kinsey, 1983)도 있다.

역할이론에 따르면 여성이 취업을 할 경우 집안일과 직장일에 대한 다중역할은 역할 긴장의 요인이 된다. 특히 주부들은 식사준비에 책임이 있기 때문에 취업주부의 경우 요리시간을 줄이거나 음식준비에 드는 시간을 조정하기 위해 편의식품을 구매할 수 있을 것이다. Rose, Kahle & Shoham(1995)등의 연구에서는

식품구매시 취업주부는 준비가 간편한 것을 강조하고, 자녀가 없는 전업주부는 편리성을, 자녀가 있는 전업주부는 가격을 강조한다는 것을 밝혔다. 또한 전통적인 여성은 현대적인 여성에 비해 외식을 덜 하는 것으로 나타났다.

Douglas(1976)는 취업유무와 역할태도에 따른 구매행동패턴을 조사한 결과 자유로운 역할태도를 가진 미국주부가 프랑스주부보다 가격에 민감하고 요리에 관심이 있는 것으로 나타났다.

## 2. 편의식품 소비행동에 영향을 미치는 변수

### 1) 사회경제·인구학적 변수

사회경제·인구학적 변수가 편의식품 소비행동에 미치는 영향을 선행연구를 근거로 주부의 연령, 소득, 주부의 교육수준, 가족수, 미취학자녀유무, 직업지위 별로 살펴 보고자 한다.

연령이 낮을수록, 소득이 높을수록, 자가에 사는 경우에 편의식품과 외식의 이용도가 높아진다는 연구(이용학, 1985; 이기영, 1987; 이승미, 1989; 제미경, 1994)와 연령은 편의식품 소비와 관련이 없다는 연구(김미향 외, 1988)가 있다.

또한 교육수준이 높을수록 편의식품 사용은 줄어드나(Douglas, 1976; Reilly, 1982) 우리나라의 경우는 그 반대로 나타났다(이기영, 1987). 가족수가 많거나 어린 자녀가 있는 경우 외식 소비가 줄어들었다.

직업지위에 따라서는 직업지위가 낮은 주부가 높은 주부보다 편의식품을 더 많이 소비하는 경향이 있지만(Schaniger & Allen, 1981), 우리나라의 경우 고소득 전문직 주부일 경우 편의가공품을 더 많이 소비하는 현상이 나타났다(이용학, 1985; 이승미, 1989).

교육수준, 직업지위, 소득과 같은 변수가 편의식품 소비행동과 정적인 관계가 있다는 위와 같은 결과는 우리나라의 경우 주부들이 시간의 가치가 증가할 경우 음식준비에 드는 시간을 줄이려는 합리적인 사고를 가지고 있다고 생각할 수도 있고 아직까지 편의식품의 가격이 집에서 만드는 음식의 가격보다 비싸기 때문이라고 생각할 수도 있다.

### 2) 심리학적 변수

심리학적 변수는 선행연구를 근거로 편의식품에 대한 태도, 가정목표지향성, 직업목표지향성이 편의식품 소비행동에 미치는 영향을 살펴 보고자 한다.

편의식품에 대한 태도와 소비행동의 관계는 김미향외(1988)의 연구에 따르면 편의식품에 대한 인식이 긍정적일수록 편의식품 소비정도가 높은 것으로 나타났다.

목표는 가치에 근거한 것이기 때문에 가치를 가정일에 두느냐 직업일에 두느냐에 따라 목표가 달라진다. 이때 문제는 가정일과 직장일중 어느 것이 더 좋고 어느 것이 더 못하다는 문제가 아니라 개인의 상대적 선호에 따른 가치판단의 문제이고 이에 따라 주부들의 소비행동이 달라지게 된다. 서양의 경우 가정목표지향성이 강할수록 주부들이 가사일을 미루지 않기 때문에 시간절약상품을 구매하여 집에서 식사준비를 자주하는 경향이 있고(Joag, Gentry & Ekstrom, 1991), 우리나라의 경우 주부들이 가사노동을 직접 수행하기 때문에 편의식품 사용이 줄어든다(이기영, 1987; 제미경, 1994)는 상반된 연구결과가 있다. 이는 우리나라의 전통적인 가치관에서는 여성은 가정을 지킬 능력이 있어야 하며 자기성취를 해야 하지만 가정에 문제가 있을 때는 자신을 희생하는 가정우선적인 가치를 갖고 있기 때문이라고 생각할 수 있다. 또한 직업목표지향성이 강할수록 집에서 식사준비를 덜하여 가사일을 축소하는 경향이 있다는 연구결과가 있다(Joag, Gentry & Ekstrom, 1991).

## III. 연구방법

### 1. 연구문제

본 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.

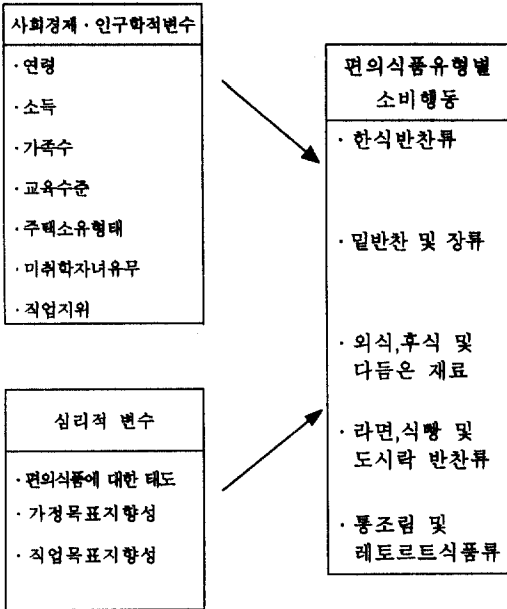
<연구문제 1> 도시주부들이 사용하는 편의식품은 어떤 유형을 보이는가?

<연구문제 2> 도시주부들의 편의식품 유형별 소비행동은 사회경제·인구학적 변수(주부의 연령, 소득, 가족수, 교육수준, 주택소유형태, 미취학자녀유무, 직업지위)에 따라 각각 차이가 있는가?

<연구문제 3> 도시주부들의 편의식품 유형별

소비행동은 심리적 변수(편의식품에 대한 태도, 가정목표지향성, 직업목표지향성)에 따라 각각 차이가 있는가?

2. 연구모형



3. 조사도구의 구성

1) 편의식품 소비행동

편의식품이란 주부가 식사준비에 들이는 시간과 노력을 절약해 줄 수 있는 식품으로 음식을 차려내기 전에 약간의 조리과정을 필요로 하거나 또는 조리과정을 전혀 필요로 하지 않는 식품을 말한다. 편의식품 소비행동은 이전의 연구들(김미향외, 1988; 제미경, 1994)을 참고로하여 주부들이 22개 항목의 편의식품을 현재 사용하는 정도에 따라 '전혀안먹는다'에 1점 '항상먹는다'에 5점을 주는 5점 리커트 척도로 측정 되었다. 점수분포는 22점에서 110점 까지이며 점수가 높을수록 편의식품을 더 자주 이용하는 것이다. 전항목의 신뢰도를 검증한 결과 Cronbach  $\alpha$  값이 .87로 나타났다.

2) 편의식품에 대한 태도

편의식품에 대하여 주부들이 인식하고 있는 긍정적 또는 부정적 감정으로 이전의 연구

들(김미향 외,1988; 임정빈 외, 1990)을 참고로 하여 11개 문항(맛, 건강, 영양가, 가격, 편리성, 첨가물, 위생, 음식의 종류, 음식의 품위, 신선도, 모양과 색상 등)에 대해 5점 어의분별 척도(semantic differential scale)로 작성하였다. 점수분포는 11점에서 55점까지이며 점수가 높을수록 편의식품에 대하여 긍정적인 태도를 갖는 것이다. 신뢰도계수(Cronbach  $\alpha$ )는 .80으로 밝혀졌다.

3) 목표지향성

가정목표지향성은 가사일 및 가족구성원의 중요성에 대한 주부의 성향을 말하며, 직업목표지향성은 직업일의 중요성에 대한 주부의 성향을 말한다. 이 척도는 가정일과 직업일에 대한 가치를 측정하는 것으로 Joag, Gentry & Ekstrom(1991)과 제미경(1994)의 척도를 바탕으로 가정목표지향성 9문항, 직업목표지향성 6문항을 작성한 뒤 '전혀 그렇지 않다'에 1점 '정말 그렇다'에 5점을 주는 5점 리커트 척도로 측정되었다. 점수분포는 각각 9점부터 45점, 6점부터 30점까지이며 점수가 높을수록 가정목표지향성 또는 직업목표지향성이 높은 것이다. 신뢰도계수(Cronbach  $\alpha$ )는 각각 .72, .73으로 나타났다.

4. 자료수집과 분석방법

본 연구에서는 부산지역에 거주하는 주부들을 대상으로 하였다. 자료수집은 예비조사를 실시한 후 1996년 10월 1일부터 10월 30일까지 본조사를 실시하였다. 본 조사는 소비자학을 전공하는 대학생으로 구성된 면접자들이 자신의 주변에서 연령, 취업유무, 직업지위 등을 고려하여 조사대상자를 선정했고 조사대상을 직접 방문하여 질문지에 대한 내용을 설명한 뒤 응답자가 응답내용을 기입하게 하였다. 총 210부를 배부하여 부실기재 및 남편이 없는 주부를 제외하고 186부를 분석대상으로 하였다.

수집된 자료는 SPSS/PC+를 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 요인분석, 일원분산분석, Duncan test를 실시하였다.

## IV. 결과 및 해석

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

주부의 연령은 평균 37.4세이며 30대가 58.2%로 가장 많았다. 소득은 평균 214만원이며 171-250만원이 45.9%, 251만원 이상이 23.3%를 차지했다. 교육수준은 고졸이상이 약 80%로 높았으며, 직업지위는 전업주부가 44.6%, 전문직·사무직이 26.5%, 생산직·서비스직이 28.9%로 나타났다. 결혼지속년수는 평균 13년, 자녀수는 평균 1.8명이며, 57.4%가 자기집에서 살며 38%가 아파트에 살고 있었다(표 1).

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성(N=186)

변수	구분	%
연령	20대	23.9
	30대	58.2
	40대	17.9
	평균(SD)	37.4세(8.0세)
소득	170만원이하	30.9
	171-250만원	45.9
	251만원이상	23.2
	평균(SD)	214만원(75만원)
교육수준	중졸이하	20.7
	고졸	56.5
	전문대 이상	22.8
직업지위	전업주부	44.6
	전문직·사무직	26.5
	생산·서비스직	28.9
결혼지속년수	평균(SD)	13.1년(8.7년)
가족수	평균(SD)	3.9명(1.0명)
자녀수	평균(SD)	1.8명(1.0명)
주택소유율	57.4 %	
주택형태	아파트	38
	기타	62

### 2. 편의식품 유형분류

<연구문제 1>을 분석하기 위해 요인분석을 실시하였다. 편의식품의 유형을 분류하고자 Common Factor Analysis를 실시한 결과 eigen value가 1.0 이상인 요인이 5개 추출되었고 추출된 요인들의 문항과 요인적재치는

<표2>와 같다. 5개 요인을 다음과 같이 명명하였다.

- 요인1: 한식반찬류
- 요인2: 밀반찬 및 장류
- 요인3: 외식, 후식 및 다듬은 재료
- 요인4: 라면, 식빵 및 도시락반찬류
- 요인5: 통조림 및 레토르트 식품

### 3. 사회경제·인구학적 변수와 심리적 변수에 따른 편의식품 유형별 소비행동

편의식품 유형별 소비행동에 영향을 주는 변수들을 선택하여 일원분산분석을 한 뒤 하위집단간에 의미있는 차이가 있는가를 알아보기 위해서  $p < .05$  유의수준에서 사후검증(Duncan's Multiple Range Test)을 실시하였다.

#### 1) 사회경제·인구학적 변수에 따른 편의식품 유형별 소비행동

<연구문제 2>를 분석하기 위해 주부의 연령, 소득, 가족수, 교육수준, 주택소유형태, 미취학자녀유무, 직업지위에 따라 편의식품 유형별 소비행동을 일원분산분석한 결과는 <표3>과 같다.

주부의 연령과 주택소유형태에 따라 외식, 후식 및 다듬은 재료, 라면, 식빵 및 도시락 반찬류, 전체 편의식품 소비행동에 차이가 났다. 사후검증 결과 주부의 연령이 20대와 30대 집단이 40대 이상인 집단보다, 주택소유형태가 자가인 경우 차가보다 편의식품을 더 많이 사용하는 것으로 나타났다. 전체적으로 40대 주부가 20대와 30대 주부보다 손이 가는 음식을 더 많이 준비하는 경향이 있는 것은 편의식품을 사용하는 것보다 집에서 음식을 만드는 것에 더 익숙하기 때문이고, 20대와 30대 주부들의 결과는 생활을 편리하게 하고자 하는 편의주의적인 경향이 높다는 선행연구결과(제미경, 1994)를 지지해 준다.

소득은 라면, 식빵 및 도시락 반찬류를 제외한 모든 영역에서 편의식품 소비행동이 차이를 보였다. 전체적으로 소득이 171만원 이상의 집단이 170만원 이하의 집단보다 편의식품을 더 많이 소비하는 것으로 나타났다. 이전의 연구결과(제미경, 1994)에서는 편의식품 소비행

동보다 요구도에서 차이가 났었는데, 본 연구 결과 소득수준의 향상 및 식생활패턴의 급격한 변화로 점차 주부들의 편의식품 소비가 증가한다고 생각할 수 있다.

가족수에 따라 의미있는 차이가 나타난 항목은 외식·후식 및 다듬은 재료, 라면 및 도시락 반찬류, 전체 편의식품 소비행동이다. 사후검증 결과 가족수가 5명 이상인 집단이 다른집단보다 편의식품을 덜 소비하는 경향이 있었다. 이는 가족수가 많으면 음식을 직접 만

다.

미취학자녀 유무에 따라서는 단지 외식·후식 및 다듬은 재료에서 편의식품 소비행동이 차이가 났는데 미취학자녀가 없는 경우 편의식품 소비가 많았다.

주부의 직업지위에 따라서는 사무직·전문직 취업주부가 판매직·생산직 취업주부와 취업주부보다 밀반찬 및 장류, 외식·후식 및 다듬은 재료, 전체 편의식품소비가 더 많았다.

편의식품 소비행동이 소득, 교육수준, 직업지위 등과 관련이 있는 것은 편의식품이 아직

<표 2> 편의식품 유형분류

	편의식품의 종류	한식반찬류	밀반찬 및 장류	외식·후식 및 다듬은재료	라면·식빵및 도시락반찬류	통조림 및 레토르트식품
I	즉석국	.80				
	즉석찌개	.79				
	각종 즉종류	.68				
	바로 먹을 수 있는 반찬류	.67				
	각종조림,볶음류	.59				
	각종 떡 종류	.31				
II	상품화된 장아찌류		.95			
	상품화된 된장,고추장,쌈장 등		.61			
	상품화된 김치류		.43			
	젓갈류		.40			
III	배달음식			.68		
	구이김			.57		
	식사대용 빵			.52		
	상품화된 차종류			.47		
	다듬어진 나물, 채소			.40		
IV	소세지,햄				.81	
	어묵,맛살류				.55	
	라면류				.54	
	식빵류				.48	
	조리냉동식품				.47	
V	통조림					.65
	레토르트식품					.28
	고유치	5.94	2.68	1.77	1.18	1.04
	전체변량(%)	27.0	12.2	8.0	5.4	4.7
	공통변량(%)	27.0	39.2	47.2	52.6	57.3
	신뢰도계수( $\alpha$ )	.84	.74	.72	.73	.53

들어 먹는 것이 규모의 경제 때문에 더 유리할 수 있기 때문으로 생각된다.

교육수준에 따라서는 통조림 및 레토르트식품을 제외한 모든 영역에서 편의식품 소비행동이 차이가 났다. 교육수준이 높은 집단이 편의식품 소비를 더 많이 하는 것으로 나타났

까지 집에서 음식을 준비하는 것 보다 비싸기 때문이라고 생각된다. 이는 Becker(1965)등이 언급했듯이 가계생산이론에 입각하여 교육수준이 높을수록 생산수준과 소득이 증가하고 시간에 대한 가치가 높아지기 때문에 편의식품 사용으로 가사노동을 간소화 한다고 생각

할 수 있다는 연구결과를 지지해준다고 할 수 있다.

전체적으로 볼 때 외식·후식 및 다듬은 재료에 대한 소비행동은 모든 사회경제·인구학적 변수에 따라 차이가 났고, 한식반찬류는 교육수준과 소득에서, 통조림 및 레토르트 식품은 소득에서 차이가 났다. 외식·후식 및 다듬은 재료는 가장 상품화가 많이 된 부분이고, 한식반찬류는 아직까지 가장 상품화가 안된 분야인데 그 이유는 한식반찬류에 속하는 식품들은 아직까지 주부들이 가정에서 직접 만들어서 먹어야된다는 인식이 강하기 때문으로 생각된다.

2) 심리학적 변수에 따른 편의식품 유형별 소비행동

<연구문제 3>을 분석하기 위해 일원분산 분석을 한 결과는 <표 4>와 같다.

편의식품에 대한 태도에 따라 편의식품 소비행동이 차이가 났는데 사후검증 결과 편의식품에 대한 태도가 긍정적인 집단일수록 한식반찬류를 제외하고 편의식품을 더 많이 소비하는 경향이 있었고 이는 이전의 연구결과(김미향외, 1988)와 일치한다.

가정목표지향성에 따라서도 편의식품 소비행동이 차이가 났는데 가정목표지향성이 낮을수록 외식·후식 및 다듬은 재료를 더 많이

<표 3> 사회경제·인구학적변수에 따른 편의식품 소비행동

변 수	구 분	빈도	한식반찬류 (6-30점)		밀반찬 및 장류 (4-20점)		외식, 후식 및 다듬은재료 (5-30점)		라면, 식빵 및 도시락반찬류 (5-30점)		통조림 및 레토르트식품류 (2-10점)		전 체 (22-110점)	
			평균	D <sup>1)</sup>	평균	D	평균	D	평균	D	평균	D	평균	D
연 령	20대	44	11.68		8.98		14.82	b	14.57	b	4.25		54.30	b
	30대	59	12.17		8.82		14.48	b	14.21	ab	4.21		53.68	b
	40대	76	10.72		8.13		13.17	a	13.39	a	4.23		49.74	a
	F값		1.72		1.29		4.23*		2.80*		0.01		3.23*	
소 득	180만원미만	54	10.39	a	7.67	a	12.85	a	13.54		3.75	a	47.81	a
	180-250만원	85	12.17	b	8.94	b	14.24	b	14.27		4.39	b	54.02	b
	251만원이상	40	11.39	ab	8.98	b	15.05	b	13.86		4.52	b	54.05	b
	F값		2.47		3.17*		5.43**		1.13		4.11*		6.23**	
가 족 수	2명	18	11.94		9.17		15.72	b	14.72	ab	4.17		55.72	b
	3명	40	11.59		9.43		15.13	b	13.78	ab	4.15		54.05	b
	4명	74	11.70		8.27		13.95	b	14.42	b	4.22		52.36	ab
	5명이상	49	10.77		8.10		12.55	a	13.08	a	4.32		48.96	a
	F값		0.48		1.77		6.36**		2.73*		0.11		2.93*	
교육 수준	중졸이하	38	12.63	b	8.21	a	12.24	a	12.84	a	4.11		50.03	a
	고졸	100	10.79	a	8.25	a	13.80	b	14.18	b	4.26		51.18	a
	전문대이상	41	12.02	ab	9.64	b	16.17	c	14.38	b	4.26		56.51	b
	F값		2.58*		3.20*		15.49**		3.75*		0.15		4.38*	
주택소유형태	자가	103	11.87		8.93		14.64		14.50		4.32		54.21	
	차가	75	11.14		8.33		13.53		13.57		4.16		50.72	
	t값		1.06		1.58		4.66**		4.77*		0.47		2.08*	
미취학자녀	유	86	11.18		8.10		13.31		13.88		4.28		50.84	
	무	94	11.61		8.92		14.61		14.05		4.17		53.21	
	t값		0.38		3.13*		6.78**		0.17		0.26		1.43	
직업지위	주부	79	10.96		8.14	a	13.26	a	13.96		4.02		50.13	a
	사무·전문직	47	12.40		9.52	b	15.55	b	14.44		4.48		56.43	b
	판매·생산직	51	11.56		8.46	ab	13.89	a	13.66		4.34		52.04	a
	F값		1.41		2.97*		7.20***		0.95		1.49		5.06**	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001

1) D : Duncan's multiple range test

같은 문자로 표시된 집단 간에는 유의미한 차이가 없음.

<표 4> 심리학적변수<sup>2)</sup>에 따른 편의식품 소비행동

변 수	구 분	빈도	한식반찬류		밀반찬 및 장류		외식, 후식 및 다듬은재료		라면, 식빵 및 도시락반찬류		통조림 및 레토르트식품류		전 체	
			(6-30점)		(4-20점)		(5-30점)		(5-30점)		(2-10점)		(22-110점)	
			평균	D <sup>1)</sup>	평균	D	평균	D	평균	D	평균	D	평균	D
편의식품에 대한 태도	하(25점이하)	49	10.57		7.44	a	12.84	a	12.98	a	3.46	a	42.39	a
	중(26~31점)	75	11.34		9.06	b	14.11	b	13.86	a	4.45	b	52.81	b
	상(32점이상)	52	12.45		8.96	b	14.96	b	14.96	b	4.55	b	55.75	b
	F값		2.14		4.58*		5.18**		6.63**		8.92***		7.85***	
가정목표지향성	하(28점이하)	51	11.87		9.11		15.36	c	14.40		4.30		54.82	b
	중(29~33점)	68	10.84		8.81		14.12	b	13.99		4.36		52.10	ab
	상(34점이상)	56	11.67		7.89		12.72	a	13.58		4.04		49.84	a
	F값		0.83		2.20		8.70**		1.09		0.77		2.76*	
직업목표지향성	하(18점이하)	62	10.71		7.88	a	13.50	a	13.87		4.14		50.07	a
	중(19~21점)	74	12.10		8.81	ab	13.64	a	13.64		4.34		52.42	ab
	상(22점이상)	44	11.78		9.13	b	14.98	b	14.39		4.23		54.58	b
	F값		1.55		2.94*		3.36*		1.03		0.26		2.90*	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

1) D : Duncan's multiple range test

같은 문자로 표시된 집단 간에는 유의미한 차이가 없음.

2) 심리학적 변수는 측정점수에 따라 하(평균-.455표준편차 미만), 중(평균-.455표준편차 이상 ~ 평균+.455표준편차 미만), 상(평균+.455표준편차 이상)으로 구분하였다.

소비하고, '하'집단이 '상'집단보다 전체 편의식품 소비행동이 더 높았다. 또한 직업목표지향성이 '상'인 집단이 '하'인 집단보다 밀반찬 및 장류, 외식·후식 및 다듬은 재료, 전체 편의식품을 더 많이 소비하는 경향이 있었다.

### V. 결론 및 제언

본 연구는 도시주부의 편의식품을 유형화하고 편의식품 소비행동에 영향을 미치는 요인을 사회경제·인구학적 변수(주부의 연령, 소득, 가족수, 교육수준, 주택소유형태, 미취학자녀유무, 직업지위)와 심리적 변수(편의식품에 대한 태도, 가정목표지향성, 직업목표지향성)에 따라 분석하는데 목적이 있다.

실증조사 결과는 다음과 같다.

첫째, 편의식품을 유형화하기 위해서 요인분석을 한 결과 한식반찬류, 밀반찬 및 장류, 외식·후식 및 다듬은 재료, 라면·식빵 및 도시락 반찬류, 통조림 및 레토르트식품의 5가지 유형이 나타났다.

둘째, 일원분산분석 결과 주부의 연령이 20~30대, 소득이 171만원 이상, 가족수 3명 이하, 교육수준이 전문대 이상, 주택을 소유하고, 사무직·전문직 취업주부인 경우 편의식품 소비가 더 많았다. 또한 편의식품에 대하여 긍정적인 태도를 갖고, 가정목표지향성이 낮고, 직업목표지향성이 높은 집단이 편의식품을 더 많이 소비한 다는 것을 알 수 있었다. 또한 편의식품 유형중 외식·후식 및 다듬은 재료는 모든 변수에 따라 소비행동에 차이가 낮고, 밀반찬 및 장류는 소득, 교육수준, 미취학자녀유무, 직업지위, 편의식품에 대한 태도와 직업목표지향성에 따라, 라면·식빵 및 도시락반찬류는 연령, 가족수, 교육수준, 주택소유형태와 편의식품에 대한 태도에 따라 소비행동에 차이가 낮다. 반면 한식반찬류는 소득과 교육수준에서, 통조림 및 레토르트식품은 소득과 편의식품에 대한 태도에 따라 소비행동에 차이가 낮다.

이상의 결과를 바탕으로 다음과 같이 제언을 할 수 있다.

편의식품 소비행동이 시간의 가치와 관계



있는 소득, 교육수준등과 밀접한 관계가 있다는 것은 앞으로 점점 더 생활이 복잡해지면서 주부들이 시간이 중요한 자원이라는 인식을 한다는 결과라고 생각할 수 있다. 이러한 연구는 소비자교육가들에게는 주부소비자들이 취업과 이중역할을 성취하기 위해 합리적인 소비행동을 할 수 있는 교육프로그램을 만드는 데 정보를 제공하여 줄 수 있다.

편의식품 중에서 한식·반찬류에 대한 소비행동에 영향을 미치는 변수들이 적었는데 이는 아직까지 주부들이 직접 준비를 해야 하는 고유한 영역으로 인식할 수도 있고, 다른 한편으로는 아직 시장에 상품화가 덜 이루어져 적절한 식품이 없기 때문일 수도 있다. 통조림 및 레토르트 식품은 아직까지 가격이 비싸다는 인식 때문에 상품화는 많이 되었지만 소비를 덜 한다고 생각할 수 있다.

따라서 이 연구는 마케팅연구가들에게는 변화하는 가족의 욕구를 이해하게 하며, 편의식품 소비행동에 대한 아이디어를 제공하여 식품산업의 발달과 함께 소비자가 원하는 혁신적인 편의식품 개발에 필요한 정보를 제공할 수 있다. 편의식품에 대한 태도와 소비행동은 밀접한 관계가 있으므로 마케터들은 이점을 고려해서 주부들이 편의식품에 대하여 긍정적인 태도를 가질수 있도록 편의식품의 영양, 건강, 위생등의 면에 더욱 양질의 편의식품을 생산할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 이러한 정보들은 주부소비자들의 시간제약과 이중역할 수행에 있어서 자원의 효율적인 배분을 결정하는 좋은 지표가 될 수 있으며, 편의식품에 대한 인식을 새롭게하고, 소비자복지를 증가시킬 수 있을 것이다.

## 참고문헌

김동기(1993). 식품산업의 새로운 마케팅 전략. 식품공업. 122, 11-20.  
 김미향·한재숙·이효수(1988). 도시주부의 인스턴트식품에 대한 인식 및 소비에 관한 연구:대구지역을 중심으로. 대한가정학회지. 26(3), 69-78.  
 이기영(1987). 가사노동의 상품대체에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.  
 이승미(1989). 주부가 지각한 시간제약과 가

사노동의 수행방안-전문직, 비전문직 주부와 비취업주부의 비교를 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위논문.  
 이용학(1991). 취업주부와 편의제품소비에 관한 실증적 연구:특히 시간(노동)절약 제품을 중심으로. 마케팅연구. 6(1), 112-130.  
 임정빈·서병숙·이효지·장유경(1990). 라이프스타일과 식생활양식. 대한가정학회지. 28(3), 33-52.  
 제미경·김병숙(1995). 도시주부의 시간절약 재화 및 서비스 소비패턴:부산지역 취업주부를 중심으로. 마케팅논집. 4(2), 1-18.  
 제미경(1994). 취업주부의 시간절약재화 및 서비스 요구와 소비행동. 경희대학교 대학원 박사학위논문.  
 통계청(1997). 도시근로자가구의 가계수지동향.  
 한국경제신문(1996). 10.14.  
 Becker, G.S.(1965). A theory of the allocation of time. The Economic Journal. 75, 493-517.  
 Bellante, D. & Foster, A.C.(1984). Working wives and expenditure on services. Journal of Consumer Research. 11, 700-707.  
 Douglas, S.P.(1976). Cross-national comparison and consumer stereotypes: A case study of working and non-working wives in the U.S. and France. Journal of Consumer Research. 3, 12-20.  
 Joag, S.G., Gentry, J.W. & Ekstrom, K.(1991). An investigation of a role/goal model of wives' role overload reduction strategies. Advances in Consumer Research. 18, 666-672.  
 Kinsey, J.(1983). Working wives and the marginal propensity to consume food away from home. American Journal of Agricultural Economics. 65, 10-19.  
 Kolodinsky, J.(1987). Female labor force participation and expenditures on food away from home. Proceedings of the

---

ACCI conference. 175-180.

- Ortiz, B., MacDonald, M., Ackerman, N. & Goebel, K.(1981). The effect of home makers' employment on meal preparation time, meals at home, and meals away from home. Home Economics Research Journal. 9(3), 200-206
- Reilly, M.D.(1982). Working wives and convenience consumption. Journal of Consumer Research. 8, 407-418.
- Rose, G.M., Kahle, L.R. & Shoham, A.S.(1995). The influence of employment status and personal values on time related food consumption behavior and opinion leadership. Advances on Consumer Research. 22, 367-372.
- Senauer, B.(1983). Major changes affecting consumers and consumption. Proceedings of the ACCI conference. 175-180.