

## 외국인의 한국전통외식업체에 대한 인식 분석을 통한 세분시장별 차별화 전략 구축

이민아\* · 김선아 · 김은미 · 이승주

한국식품연구원 전통식품연구본부 외식산업연구팀

본 연구는 외국인의 한국전통외식업체에 대한 인식 분석을 통해 각 세분시장에 따른 인식의 차이를 파악함으로써 전통식품의 세계화 전략을 수립하는 것을 목적으로 일본, 중국, 북미, 유럽, 동남아시아의 외국인 900명을 대상으로 2003년 10월부터 2004년 3월까지 약 5개월 동안 설문조사를 하였으며, 수집된 자료는 SPSS 11.0을 이용하여 기술통계,  $\chi^2$ 검증 및 중요도-수행도 분석을 실시하였다. 본 연구의 분석 결과 외국인의 국적별 한국 전통식품에 대한 인식은 인지도와 선호도 모두 통계적으로 매우 유의한( $p < .001$ ) 결과를 보였으며, 전반적으로 김치는 인지도에 비해 선호도가 떨어진 반면에 불고기, 갈비 등은 인지도에 비해 선호도가 높은 경향을 보였다. 또한, 한국전통외식업체에 대한 평가를 비교 분석한 결과, 선호도를 제외한 나머지 항목에서 국적별 차이가 통계적으로 매우 유의하게 나타났다. 외식업체에 대한 불만족 사유 역시 매우 큰 차이를 보였는데, 방문빈도가 높은 일본인과 북미인의 경우 각각 53.3%와 31.6%로 위생상태를 가장 큰 이유로 꼽고 있어 위생에 대한 개선이 시급함을 알 수 있었다. 각 속성별 중요도와 수행도 분석결과는 전반적으로 동남아인이 가장 높고, 일본인이 가장 낮은 평가를 하고 있는 것으로 나타났다. 따라서, 각 외국인 세분시장에 따른 타겟 마케팅과 다양한 홍보 전략이 수립되어야 하며, 이들의 요구도에 맞는 서비스 및 메뉴에 대한 전략 개발이 필요할 것으로 사료된다.

\* 담당자: 이민아

\* Tel : 031-780-9302

\* Fax : 031-709-9876

\* E-mail: malee@kfri.re.kr