

부산대학가 외식 유형과 고객 선호도 연구

신 애 숙 · 노 승 배*

양산대학 호텔조리과 · 양산대학 식품가공과*

Patterns and Preference of Eating out in Pusan National University Area

Ae-Sook Shin and Sung-Bae Roh*

Dept. of Hotel Culinary Arts, Yangsan College

*Dept. of Food Science and Technology, Yangsan College**

Abstract

Changes in eating culture patterns has been observed among modern Koreans from seeking out traditional types of eating out restaurant to the modern, luxurious, and hybrid food. This study aimed to investigate the patterns of eating out and preference of food in Pusan National University(PNU) area, representing typical patterns of eating out in Pusan. Data revealed that the most popular places in which the subjects visited were Korean traditional restaurants and snack bars. The names of the places were in trendy style of Korean connotation, with intention to appeal to the new generation. The interviewee reported that decision making on choice of places were made by taste, price, and service in that order. The frequency of eating out was once in two or three days, Korean traditional restaurants, noodle shops, and restaurants offering fusion food being the place of choice. Preferred reasons for the PNU area were reported to be low price, followed by variety of food offered and geographical accessibility to the places. Most of the interviewees in the area were satisfied with the taste of food and service quality. A list of food they were willing to introduce to oversea foreigners included raw fish, Dongrae Pajon, Pulgoki, Kimchi and dog soup in that sequence. The results of survey indicator that changes in the eating out environment in Pusan were improvement of service quality, development of new recipes, improvement of hygiene standards and development of area-specific food. The results may also act as a guide in changing the eating out environment and developing tourism in Pusan.

Key words: eating out, university area, fusion restaurant, service quality, area-specific food.

I. 서 론

조리하여 먹는 일은 사람의 본능적 욕구에서 비롯

되는 일이다. 그런데 무엇을 어떻게 조리하고, 그 조리
에 어떤 의미를 부여하여 어떤 형식으로 먹느냐
하는 것은 지리적 시대적 사회적 여건하에 특정한
시대의 사회를 살아가는 사람들의 가치관, 태도, 의

식구조 등이 반영되고 있는 것이다. 2000년 초반을 살아가는 현 한국인이 갖고 있는 식문화의 가장 큰 특징 중의 하나가 외식의 증가이다. 그 외식형태 또한 가족 중심의 외식에서 비가족 집단중심의 외식으로, 익숙한 정형화된 음식추구에서 고급화, 다양화, 퓨전화한 음식추구의 경향으로 바뀌어가고 있다. 이러한 경향은 사회의 포스트모던화와 결코 무관하지 않아 식문화의 변화에는 그 사회문화의 변화가 투영되는 것이며, 외식의 증가 또한 현 한국사회의 변화가 투영되고 있는 것이다. 즉 대학생을 중심으로 하여 이루어져 가는 대학가의 문화는 사회문화의 변화에 민감하게 반응하며, 그것은 식문화에 있어서도 마찬가지이다. 이러한 맥락에서 대학촌의 외식문화를 조사분석하는 일은 식문화의 변화추이를 이해하는 중요한 단서가 된다. 대학 주변의 외식업체 현황 및 특성, 그 고객들의 기호성향 및 외식선호도를 중심으로 미래의 식문화가 형성될 것이기 때문이다.

이러한 맥락에서 최근 외식에 관련한 연구들이 이루어져 왔다. 그런데 그 연구는 직장남성¹⁻²⁾, 주부³⁾, 대학생⁴⁻⁶⁾, 고교생⁷⁾과 같이 특정집단을 대상으로 이루어지거나, 서울⁸⁾ 또는 울산⁹⁾지역과 같은 행정지역별로 이루어지고 문화권 차원에서 특정지역과 그곳을 이용하는 사람들의 식습관에 관한 종합적 연구는 신 등의 연구⁶⁾에 불과하였다. 이에 본 연구는 부산 지역의 대표적인 대학가인 부산대학교 주변의 외식업체 현황 및 그 이용자들의 외식경향과 선호도를 조사하고자 한다. 일본과 이웃하고 있는 국제항구도시로서의 부산시가 개방적인 식문화를 이루고 있으며, 서울의 대학로와 비견할 수 있는 대학문화권이 부산대학교 주변에 형성되고 있으므로 이곳의 식문화를 조사분석하는 것은 부산지역 식문화의 흐름을 이해하는데 주요한 단서가 될 뿐만 아니라 부산지역 외식문화 발전계획 수립에 기초자료가 될 것으로 판단된다.

II. 조사내용 및 연구 방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 부산대학교 주변에 있는 음식점 및 주점의 종류 및 명칭을 조사 분류하고, 그곳을 이용하

는 고객을 대상으로 설문지를 작성하여 2000년 4월 8일부터 9일까지 예비조사를 실시한 후 설문지를 수정하고 4월 26일부터 30일까지 5일간에 걸쳐 200명을 대상으로 1:1 인터뷰 방식으로 설문지를 작성하였다.

2. 조사 내용 및 방법

부산대학교 정문에서 반경 약 1km 내에 있는 음식점, 주점의 명칭과 종류를 조사하고, 이를 이용하는 고객을 대상으로 일반적인 특성, 외식을 하는 이유, 함께 외식하는 동료, 외식의 빈도, 음식점의 종류, 식당에 대한 맛과 서비스 만족도, 외식업체에 관한 지식습득 방법, 외국인에게 소개하고 싶은 부산의 음식, 외식문화의 발전을 위한 견해 등을 조사하였다.

3. 자료의 분석

수집한 자료는 spss-pc¹⁰⁻¹¹⁾를 이용, 통계처리하여 백분율과 χ^2 검증을 통해 성별, 연령별, 직업별, 한달용돈별에 따른 유의성을 살펴보았다.

III. 결과 및 고찰

1. 부산대학교 주변 음식점과 주점의 종류 및 고객의 일반특성

부산대학교 주변의 음식점과 주점의 종류 및 명칭을 조사한 결과 Table 1과 같았다. 부산대학교 정문을 등지고 좌측은 음식점, 우측은 주점, 전철역 부근은 오락시설 및 상점이 주류를 이루고 있었다. 음식점은 한식이 42개소로 가장 많았으며, 그 다음으로 양식 24개소, 분식 13개소, 일식 6개소, 중식 5개소의 순으로 나타났다. 한식점은 '장원손', '소담헌'과 같은 한자 명칭과 지역 전문요리 명칭이 많았으며, 양식점은 외래어를 많이 사용하는 경향을 띄었다. 주점은 호프가 35개소로 가장 많았으며, 그 다음으로 소주방 24개소, 로바다야기 13개소, 토속주점 12개소, 중식주점 6개소의 순으로 나타났다. 주점은 외래어가 많이 쓰이고 있으며, 소주방은 '늑대와 호빵공주', '좋은 친구들'과 같은 우리말을 많이 사용하는 경향을 보였다. 이와 같이 음식점 및 주점의 명칭은 전문점 형태를 이루어가고 있었으며, 대체로 젊은이들의 취향에 맞는

Table 1. Kinds and names of restaurants and pubs in Pusan National University area

Item	Name of restaurants
Korean - style	장원손, 전주비빔돼지국밥, 터줏집돼지국밥, 고갈비전문점, 촌사랑(고기집), 띠로장식당(일반), 목도리식당(일반), 장춘족발보쌈, 돼지국밥집, 진주돼지국밥, 가야돼지국밥, 매일돼지국밥, 덮밥전문1번지(일반), 김가네숯불장터, 돈토순대, 맛사랑식당, 따봉식당, 효원낙지, 좋은인심, 운수좋은날, 갈비한마당, 서울양곱창, 뚝뚝이삼겹살, 동남갈비, 내가사까니가사까, 언양숯불갈비, 저팔계, 가보자감자탕, 일석이조, 국수방어린왕자, 동래쌈밥집, 대갈장군, 동서낙지볶음, 평산냉면, 소담현(일반), 충무김밥, 또다른하루(족발), 춘천막국수, 2030사람들(일반), 명락(한식당), 배씨집(한식당), 초량화성갈비 (total : 42)
Western - style	러브체인, 1번지스텍, 피자헛, 캔버라사티, 맥도널드, KFC, 명동돈까스, 비토보그, 소렌토, 팔리피노, 두개의비올라, 코딕하우스, 그린매너, 오렌지나무, 나이스얌, 퍼피, WHO, 알프스, 피자월드, 단킨도너츠, 허브레스토랑, E-Zem, 핫하우스, 데카누스 (total : 24)
Japanese -style	우동전문점, 장우동, 송고횃집, 수라우동, 간이역동경, 동래바다횃집 (total : 6)
Chinese - style	북경만, 청사라, 꾸냥짜장, 옛날짜장, 아리산 (total : 5)
Noodle-style	해바라기, 1½양분식, 맛모아분식, 두리두리양분식, 진경이네분식, 만나분식, 새싹당동떡볶기, 대도분식, 사계절분식, 또와분식, 명동칼국수, 조선칼국수, 전통칼국수 (total : 13)
Fusion	라지코(멕시칸), 라까사(이태리), 테라(멕시칸) (total : 3)
Others	한솔도시락, 효원통닭, 유가네달갈비, 멕시칸치킨, 춘천제일달갈비, 유개기당 (total : 6)
Nobadayaki	김삿갓, 크리스탈, NASA(까페식), 마음씨 좋은 아저씨, 딸라스, 해설, 천군, 소마, 타키온, 미나미, 다깡, 야누스, 아싸 (total : 13)
Soju shop	늑대와 호빵공주, 하하나, 좋은친구들, 새롯데, 세느, 사람늑은어부, 2000냥, 프로2, 역새풀소주마당, 감빵, 향아리, 동작그만, 여백과들, 오래된 정거장, 술맛나는세상, 별난통집 소주방, 안주나라, 호박, 심오야, 켄조, 스모그, 참새와방앗간, 성공시대 (total : 24)
Hof	하얀우산, 포타토, HITE TOWN, 빅시, 로드하우스, C4비어마트, 블루버드, 참앤참, 레포르, 투비어마트, 디저스비어마트, 클럽라지코, 디자이너, HOF, 원샷라이프, Egg, 사모니, 마루, 타나토, PD, 톱스톤, 풍차, 짱, 하루에, 리소, 덩크, 제크98, OB캡츠, 베넬호프, 모던타임, HOW MUCH, PIG, BLUES, 찰리브라운, 불잉걸 (total : 35)
Folk style pub	토담, 땀발의청춘, 새벽, 수염이 석자라도, 낙동강 칠백리, 머물래, 미담, 가야금12줄, 우리터, 골목집주점, 주당마을, 무릉도원 (total : 12)
Chinese style pub	세바스찬, 청춘시대, 블루문, 공룡밥그릇, 천안문, 블루문Ⅱ (total : 6)
Others	(소주바) - UFO콜라텍, 리버티콜라텍, 읍트 / (유직바) - 싸이판, 초콜릿바, 4X / (꼬지구이) - 투다리 / (단란) - 켄조, M마스터, 오아시스, 모래시계, 캐피탈 / (레스토랑) - M테크노텍, 치얼스 / (이벤트바) - 코스태일 (total : 14)

명칭들이 많았으며, 독특하게 바뀌어 가고 있었다.
본 연구에서 조사된 음식점을 이용하는 고객의 일반특성은 Table 2와 같다.

본 연구의 조사대상자는 200명으로 남자 62.5%, 여자 37.5%이었으며 연령별로는 20대가 66.0%, 30대가 19.0% 순이었으며, 직업별로는 학생이 54.0%로 가장 많은 비율을 차지하였다. 용돈별로는 한달용돈이 11~20만원인 사람이 32.5%로 가장 많았으며, 2

1~30만원이 26.5%, 10만원 이하가 19.5%의 순으로 나타났다.

2. 외식시 음식점 선택 기준 및 함께 하는 파트너와 지식습득 방법

일반적으로 외식시 음식점을 선택하는 기준은 Table 3과 같다.

Table 3에서 외식시 음식점을 선택하는 기준을 살

Table 2. Sociodemographic characteristics of the respondents

Item		N	%
Gender	Male	125	62.5
	Female	75	37.5
Age	Teenage	30	15.0
	Twenties	132	66.0
	Thirties over	38	19.0
Occupation	Student	128	54.0
	Company employee	35	17.5
	Housekeeper	11	5.5
	Public official	9	4.5
	Self-supporting & others	17	8.5
Spending money per month (unit: ten thousands won)	under 10	39	19.5
	11~20	65	32.5
	21~30	53	26.5
	31~40	30	15.0
	40 over	13	6.5
Total		200	100.0

Table 3. Criteria for selecting types of restaurant to eating out

N(%)

Item		Taste	Price	Service	Mood	Health & others	Total	Statistics
Gender	Male	50(40.0)	34(27.2)	19(15.2)	15(12.0)	7(5.6)	125(100.0)	$\chi^2=1.134$ df=4 p=0.889 N.S.
	Female	31(41.3)	23(30.7)	10(13.3)	6(8.0)	5(6.7)	75(100.0)	
Age	Teenage	7(23.3)	21(70.0)	1(3.3)	0	1(3.3)	30(100.0)	$\chi^2=42.870$ df =8 p=0.000***
	Twenties	62(47.0)	32(24.2)	18(13.6)	13(9.8)	7(5.3)	132(100.0)	
	Thirties over	12(31.6)	4(10.5)	10(26.3)	8(21.1)	4(10.5)	38(100.0)	
Occupation	Student	48(37.5)	49(38.3)	15(11.7)	9(7.0)	7(5.5)	128(100.0)	$\chi^2=32.955$ df=16 p=0.007**
	Company employee	19(54.3)	1(2.9)	7(20.0)	6(17.1)	2(5.7)	35(100.0)	
	Housekeeper	3(27.3)	3(27.3)	4(36.4)	0	1(9.1)	11(100.0)	
	Public official	4(44.4)	1(11.1)	0	3(33.3)	1(11.1)	9(100.0)	
	Self-supporting & others	7(41.2)	3(17.6)	3(17.6)	3(17.6)	1(5.9)	17(100.0)	
Spending money per month (unit: ten thousands won)	under 10	7(17.9)	26(66.7)	3(7.7)	2(5.1)	1(2.6)	39(100.0)	$\chi^2=62.979$ df=16 p=0.000***
	11~20	33(50.8)	18(27.7)	5(7.7)	3(4.6)	6(9.2)	65(100.0)	
	21~30	25(47.2)	9(17.0)	9(17.0)	8(15.0)	2(3.8)	53(100.0)	
	31~40	9(30.0)	1(3.3)	1(36.7)	6(20.0)	3(10.0)	30(100.0)	
	41 over	7(53.8)	3(23.1)	1(7.7)	2(15.4)	0	13(100.0)	
Total		81(40.5)	57(28.5)	29(14.5)	21(10.5)	12(6.0)	200(100.0)	

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

N.S. : Not significance

펴보면 맛(40.5%), 가격(28.5%), 서비스(14.5%), 실내분위기(10.5%)의 순으로 나타났으며, 이는 연령별 ($p<0.001$), 직업별($p<0.01$), 용돈별($p<0.001$)로 규칙적인 차이가 있었다. 성별로는 유의적인 차이가 없었으나 맛, 가격을 기준하는 비율이 여자가, 서비스와 분위기를 기준하는 비율이 남자가 높아 대체로 '남자는 맛 여자는 분위기'라는 이론¹⁾과는 대조적인 결과를 보였다. 그러나 대학생의 학교주변식당 선택기준도 맛, 가격, 양의 순으로 나타난 신²⁾의 연구와 일치하였다. 연령별로는 맛을 기준하는 비율이 20대가 상대적으로 높았으며, 대체로 연령이 낮을수록 가격을, 연령이 높을수록 서비스를 기준으로 음식점을 선택하는 것으로 나타났으며, 보신과 관련하여 선택하는 비율은 연령이 높을수록 확실히 그 비율이 높았다. 직업별로는 맛을 우선하는 비율은 회사원, 공무원이 많았고, 가격을 우선하는 비율은 학생, 주부가 상대적으로 높게 나타났다. 한달 용돈별로는 용돈이 적은 사람이 가격을 기준으로 음식점을 선택하였고, 31만원 이상인 자가 서비스나 분위기를 기준으로 선택한다고 응답하는 비율이 높았다. 이 또한 서울지역 대학생들이 음식 선택시 맛을 기준한다는 비율이

68.6%이었던 것과는 차이가 있어 부산의 대학생들에게는 가격이 음식점 선택에 가장 중요한 요소로 작용하는 것으로 나타났다.

Table 4는 일반적으로 외식시 함께 하는 파트너에 대한 응답결과이다.

Table 4에서 보는 바와 같이 외식시 함께 하는 파트너가 친구(59.0%), 가족(16.5%), 연인(14.5%), 모임 및 기타(10.0%)의 순으로 나타나 연령별($p<0.001$), 직업별($p<0.001$), 용돈별($p<0.01$)로 유의적인 차이가 있었다. 연령별로는 연령이 높을수록 가족이나 모임에 의한 외식의 비율이 높았고, 연령이 낮을수록 친구와 함께 외식하는 비율이 높게 나타났다. 직업별로는 가족과 함께 외식하는 비율은 주부가, 친구와 외식하는 비율은 학생이, 연인과 함께 외식하는 비율은 회사원이, 기타 모임으로 외식하는 비율은 공무원이 상대적으로 높게 나타났다. 용돈별로는 용돈이 많을수록 가족 또는 모임으로 외식하는 비율이 상대적으로 높았고, 용돈이 적을수록 친구와 함께 외식하는 비율이 높게 나타났다.

Fig. 1은 외식업체나 음식문화에 대한 지식을 어디서 습득하는가에 대한 응답 결과를 그림으로 표시

Table 4. Partner to eating out

N(%)

Item	Family	Friend	Lover	Meeting & others	Total	Statistics	
Age	Teenage	3(10.0)	24(80.0)	2(6.7)	1(3.3)	30(100.0)	$\chi^2=47.718$ df=6 p=0.000***
	Twenties	15(11.4)	87(65.9)	22(16.7)	8(6.1)	132(100.0)	
	Thirties over	15(39.5)	7(18.4)	5(13.2)	11(28.9)	38(100.0)	
Occupation	Student	12(9.4)	93(72.7)	17(13.3)	6(4.7)	128(100.0)	$\chi^2=52.236$ df=12 p=0.000***
	Company employee	8(22.9)	14(40.0)	9(25.7)	4(11.4)	35(100.0)	
	Housekeeper	6(54.5)	3(27.3)	0	2(18.2)	11(100.0)	
	Public official	2(22.2)	3(33.3)	0	4(44.4)	9(100.0)	
Self-supporting & others	5(29.4)	5(29.4)	3(17.3)	4(23.5)	17(100.0)		
Spending money per month(unit: ten thousands won)	under 10	5(12.8)	30(76.9)	2(5.1)	2(5.1)	39(100.0)	$\chi^2=28.178$ df=12 p=0.005**
	11~20	7(10.8)	44(67.7)	10(15.4)	4(6.2)	65(100.0)	
	21~30	7(13.2)	27(50.9)	12(22.6)	7(13.2)	53(100.0)	
	31~40	8(26.7)	14(46.7)	4(13.3)	4(13.3)	30(100.0)	
41 over	6(46.2)	3(23.1)	1(7.7)	3(23.1)	13(100.0)		
Total	33(16.5)	118(59.0)	29(14.5)	20(10.0)	200(100.0)		

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

N.S. : Not Significance

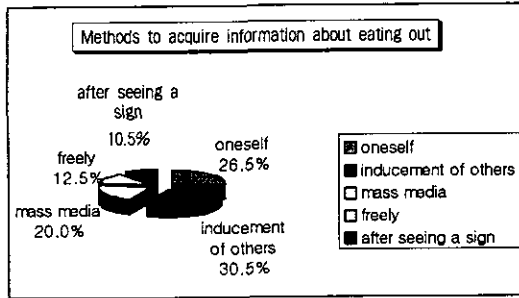


Fig. 1. Methods to acquire information of type in eating outside.

한 것인데, 그림에서 살펴보면 주위의 권유로 지식을 습득한다는 비율이 30.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로 스스로 결정한다는 비율이 26.5%, 매스컴을 통해 결정한다는 비율이 20.0%를 차지하였다. 또한 기분에 따라(12.5%), 간판을 보고(10.5%)의 순으로 부산대학교 주변에 음식점이 많아 수시로 기분에 따라 비계획적으로 선택하여 외식하는 경우도 많은 것으로 나타났다.

3. 부산대학교 주변에서 외식을 하는 빈도와 즐겨 찾는 음식점 종류

부산대학교 주변에서 외식을 하는 빈도는 Table 5와 같다.

Table 5에서와 같이 외식을 하는 빈도는 2~3일에 1번이 30.5%로 가장 많았고, 그 다음으로 1주일에 1

번이 22.5%, 매일 외식을 하는 비율도 21.5%나 차지하였다. 이는 대학생들이 본인 학교 주변 식당을 매일 이용하는 횟수가 35.0%로 나타났던 1995년 신 등¹⁰⁾의 연구와 비슷한 결과를 보였다. 이는 연령별(P<0.01), 직업별(P<0.001)로 유의적인 차이가 있었다. 연령별로는 매일 외식을 하는 비율이 20대가 상대적으로 높게 나타났고, 20대 이상의 연령이 1주일에 1번 이상의 외식을 하는 것으로 나타나 가장 왕성한 사회활동을 하는 연령층이 외식도 찾을 수 밖에 없는 것으로 보였다. 직업별로는 매일 외식을 하는 비율이 학생과 자영업자가 높게 나타났고, 2~3일에 1번 외식을 하는 비율은 공무원과 회사원이 상대적으로 높았다. 이는 대구지역 직장 남성들의 매일 1회 외식하는 비율이 34.0%인 것¹⁾과는 상당한 차이가 있었다.

Table 6은 부산대학교 주변에서 외식시 즐겨 찾는 음식점의 종류를 알아본 결과이다.

Table 6에서 외식시 한식을 즐기는 비율이 30.0%로 가장 높았고, 다음이 분식(28.0%), 퓨전식 및 주점(22.0%), 중식 및 일식(10.5%), 양식(9.5%)의 순으로 나타났다. 이는 연령별(p<0.001), 직업별(p<0.001), 용돈별(p<0.01)로 유의적인 차이가 있었는데, 성별로는 유의적인 차이는 없었으나 양식이나 퓨전식은 남자가, 중식 및 일식과 분식은 여자가 많았으며, 한식은 남녀 비슷한 비율로 즐겨찾는 것으로 나타났다. 연령별로는 연령이 높을수록 한식, 양식, 중

Table 5. Frequency of eating out in Pusan National University area

Item	N(%)							Total	Statistics
	everyday	once/2~3 days	once/week	once/10 days	once/two weeks	once/month			
Age	Teenage	0	7(23.3)	8(26.7)	7(23.3)	4(13.3)	4(13.3)	30(100.0)	$\chi^2=25.430$ df=10 p=0.005**
	Twenties	39(29.5)	38(28.8)	26(19.7)	15(11.4)	6(4.5)	8(6.1)	132(100.0)	
	Thirties over	4(10.5)	16(42.1)	11(28.9)	4(10.5)	2(5.3)	1(2.6)	38(100.0)	
Occupation	Student	36(28.1)	34(26.6)	23(18.0)	19(14.8)	7(5.5)	9(7.0)	128(100.0)	$\chi^2=44.363$ df=20 p=0.001**
	Company employee	3(8.6)	12(34.3)	15(42.9)	3(8.6)	2(5.7)	0	35(100.0)	
	Housekeeper	0	3(27.3)	3(27.3)	1(3.8)	3(27.3)	1(19.1)	11(100.0)	
	Public official	0	7(77.8)	2(22.2)	0	0	0	9(100.0)	
Self-supporting & others	4(23.5)	5(29.4)	2(11.8)	3(17.6)	0	3(17.6)	17(100.0)		
Total	43(21.5)	61(30.5)	45(22.5)	26(13.0)	12(6.0)	13(6.5)	200(100.0)		

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

N.S. : Not significance

Table 6. Types of restaurants to go often for eating out

N(%)

Item		Korean resta- urant	Western resta- urant	Chinese & japanese restaurant	Noodle's shop	Fusion & pub	Total	Statistics
Gender	Male	37(29.6)	15(12.0)	12(9.6)	30(24.0)	31(24.8)	125(100.0)	$\chi^2=5.561$ df=4 p=0.234 N.S.
	Female	23(30.7)	4(5.3)	9(12.0)	26(34.7)	13(17.3)	75(100.0)	
Age	Teenage	2(6.7)	2(6.7)	1(3.3)	18(60.0)	7(23.3)	30(100.0)	$\chi^2=40.245$ df=8 p=0.000***
	Twenties	44(33.3)	8(6.1)	13(9.8)	37(28.0)	30(22.7)	132(100.0)	
	Thirties over	14(36.8)	9(23.7)	7(18.4)	1(2.6)	7(18.4)	38(100.0)	
Occupation	Student	35(27.3)	6(4.7)	7(5.5)	49(38.3)	31(24.2)	128(100.0)	$\chi^2=51.567$ df=16 p=0.000***
	Company employee	16(45.7)	5(14.3)	6(17.1)	4(11.4)	4(11.4)	35(100.0)	
	Housekeeper	3(27.3)	2(18.2)	3(27.3)	1(9.7)	2(18.2)	11(100.0)	
	Public official	3(33.3)	1(11.1)	4(43.4)	0	1(11.1)	9(100.0)	
	Self-supporting & others	3(17.6)	5(29.4)	1(5.9)	2(11.8)	6(35.3)	17(100.0)	
Spending money per month(unit:ten thousands won)	under 10	7(17.9)	3(7.7)	0	19(48.7)	10(25.6)	39(100.0)	$\chi^2=36.395$ df=16 p=0.003**
	11~20	23(35.4)	3(4.6)	5(7.7)	21(32.3)	13(20.0)	65(100.0)	
	21~30	19(35.8)	4(7.5)	7(13.2)	12(22.6)	11(20.8)	53(100.0)	
	31~40	6(20.0)	7(23.3)	7(23.3)	2(6.7)	8(26.7)	30(100.0)	
	41 over	5(38.5)	2(15.4)	2(15.4)	2(15.4)	2(15.4)	13(100.0)	
Total		60(30.0)	19(9.5)	21(10.5)	56(28.0)	44(22.0)	200(100.0)	

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

N.S. : Not significance

식 및 일식의 선택 비율이 높았으며, 연령이 낮을수록 분식, 퓨전식 비율이 높게 나타났다. 직업별로는 한식을 선호하는 비율이 회사원이나 공무원이, 양식을 선호하는 비율은 주부나 자영업자가 상대적으로 높게 나타났다. 이는 전남 일부지역 대학생들도 85.3%가 한식을 좋아한다고 응답한 연구⁴⁾와 비교했을 때 학생들은 한식을 선호하지만 용돈 액수에 따라 손쉬운 분식으로 외식을 많이 하는 것으로 나타나 좋아하는 음식류와 실제적으로 외식을 하는 음식류는 다를 수 있는 것으로 판단되었다. 이는 대전지역 대학생들이 좋아하는 식사형태가 한식이 85.5%로 나타난 것⁵⁾과는 대조적이었다. 한달 용돈별로는 용돈이 많을수록 대체로 한식, 양식, 중·일식을 선호하는 비율이 상대적으로 높았고, 용돈이 적을수록 분식이나 퓨전식을 선호하는 경향으로 나타났다.

4. 부산대학교 주변에서 외식을 자주 하는 이유와 이용 후 맛과 서비스의 만족도

Table 7에서 부산대학교 주변에서 외식을 자주 하는 이유에 대한 질문에서 조사대상자의 51.5%가 가격이 저렴해서, 12.5%가 종류가 다양해서, 10.5%는 교통이 편리해서 순으로 나타났다. 이는 연령별(p<0.001), 용돈별(p<0.01)로 유의적인 차이가 있었다. 성별로는 유의적인 차이가 없었으나 대체로 가격이 저렴해서 부산대학교 주변을 선택하는 비율은 여자가 상대적으로 높았으며, 종류가 다양해서라고 응답한 비율도 여자가 높게 나타났으며, 오락시설이 많아서 남자가 상대적으로 그 비율이 높았다. 연령별로는 연령이 낮을수록 가격과 오락시설에 의한 부산대학교 주변의 외식을 선호하였고, 연령이 높을수록 종류가 다양해서 좋다는 응답의 비율이 높았다. 직업은 유의적인 차이가 없었으나 주부 63.6%, 학생 56.3%, 회사원 54.3%, 공무원 22.2%로 가격이 저렴해서 부산대학교 주변에서 외식을 자주하는 반면 자영업 및 기타의 대상자는 23.5%가 교통 편리를 이유로 들었다. 용돈별로는 용돈이 적을수록 가격이 저렴해서 부

Table 7. Reasons to go often for eating out in Pusan National University area N(%)

Item	Low price	Various kind	Traffic convenience	Various recreatin facilities	Others	Total	Statistics
Gender	Male	63(50.4)	11(8.8)	13(10.4)	15(12.0)	23(18.4)	$\chi^2=7.125$ df=4 p=0.129 N.S.
	Female	40(53.3)	14(18.7)	8(10.7)	4(5.3)	9(12.0)	
Age	Teenage	22(73.3)	0	1(3.3)	6(20.0)	1(3.3)	$\chi^2=34.683$ df=8 p=0.000***
	Twenties	71(53.8)	16(12.1)	10(7.6)	11(8.3)	24(18.2)	
	Thirties over	10(26.3)	9(23.7)	10(26.3)	2(5.3)	7(18.4)	
Occupation	Student	72(56.3)	12(9.4)	10(7.8)	13(10.2)	21(16.4)	$\chi^2=22.987$ df=16 p=0.114
	Company employee	19(54.3)	7(20.0)	5(14.3)	2(5.7)	2(5.7)	
	Housekeeper	7(63.6)	2(18.2)	1(9.1)	0	1(9.1)	
	Public official	2(22.2)	2(22.2)	1(11.1)	1(11.1)	3(33.3)	
Self-supporting & others	3(17.6)	2(11.8)	4(23.5)	3(17.6)	5(29.4)	17(100.0)	
Spending money per month (unit: ten thousands won)	under 10	26(66.7)	0	2(5.1)	7(17.9)	4(10.3)	$\chi^2=34.797$ df=19 p=0.004**
	11~20	43(66.2)	8(12.3)	4(6.2)	1(1.5)	9(13.8)	
	21~30	21(39.6)	11(20.8)	7(13.2)	6(11.3)	8(15.1)	
	31~40	9(30.0)	4(13.3)	6(20.0)	4(13.4)	7(23.3)	
	41 over	4(30.8)	2(15.4)	2(15.4)	1(7.6)	4(30.8)	
Total	103(51.5)	25(12.5)	21(10.5)	19(9.5)	32(16.0)	200(100.0)	

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

N.S. : Not significance

산대학교 주변에서 외식을 하는 것으로 나타났고, 용돈이 많을수록 교통이 편리하여 부산대학교 주변에서 외식을 하는 것으로 나타났다.

부산대학교 주변 음식점을 이용한 후 맛에 대한 만족도에 대한 결과는 Fig. 2와 같다.

Fig. 2에서 보면 맛에 대한 만족도가 보통이 43.5%로 가장 비율이 높았고, 대체로 만족한다가

42.5%로 나타나 보통이상 만족하는 비율이 92.0%로 높게 나타났다.

Fig. 3은 부산대학교 주변 음식점에서 외식을 하고 난 후 고객의 서비스에 대한 만족도를 그림으로 나타낸 것인데 보통으로 만족한다는 비율이 53.5%로 가장 높았으며 보통 이상으로 만족한 비율이 81.0%로 불만족의 비율이 19.0%나 되어 맛에 대한 불만족

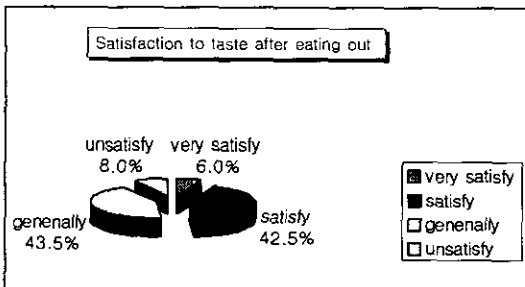


Fig. 2. Satisfaction to taste after eating out in Pusan National University area.

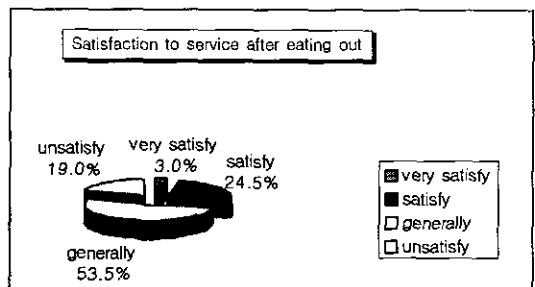


Fig. 3. Satisfaction to service after eating out in Pusan National University area.

비율이 8.0%인 것에 비해 서비스 불만족 비율이 훨씬 높아 부산 사람들의 무뚝뚝한 성격에 의해 고객에 대한 서비스 정신이 조금 낮은 것으로 보여 앞으로 외식산업의 발전을 위해 시정되어야 하는 부분이라 사료된다.

그리고 외식업체를 이용하는 고객의 만족도는 여러 요인들이 복합적으로 작용하여 형성되기 때문⁶⁾에 Pettijohn 등⁷⁾의 연구에서 패스트푸드점에서는 '음식의 질'이, 패밀리 레스토랑은 '메뉴의 질과 다양성 요인'이 중요한 요소로 작용한다 하였다. 그러므로 음식, 메뉴의 질과 다양성도 서비스의 정신인 것으로 사료된다.

5. 부산의 외식문화에 관한 견해

타지방과 비교시 부산의 외식문화에 대한 견해를 답한 내용을 모은 것이 Table 8과 같다.

Table 8에서 보는 바와 같이 타지방과 수준이 비슷하다는 비율이 35.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 모르겠다 및 기타 32.5%, 타지방보다 수준이 낮다가 26.5%이었으며, 부산이 수준이 높다고 응답한 비율은 6.0%에 불과하였다. 이는 연령별(p<0.001),

용돈별(p<0.001)로 유의적인 차이가 있었는데, 연령별로는 연령이 많을수록 부산의 음식문화는 타지방과 비슷하거나 수준이 낮다고 응답한 비율이 높았으며, 연령이 적을수록 수준이 높다고 응답하는 경향을 보였다. 직업별로는 유의적인 차이는 없었으나 수준이 비슷하다고 응답한 비율은 공무원이, 수준이 낮다고 응답한 비율은 회사원이, 모르겠다 및 기타는 학생이 상대적으로 그 비율이 높게 나타났다. 용돈별로는 대체로 용돈이 20만원 이상인 사람들이 부산의 음식문화 수준이 타지방과 비슷하거나 낮다고 응답한 비율이 상대적으로 높았고, 용돈이 적을수록 모르겠다의 비율이 상대적으로 높았다.

외국인에게 소개하고 싶은 부산의 음식을 2개만 적어 달라는 질문에 Table 9와 같이 "회"가 59명(25.1%)으로 가장 많이 나왔으며, 그 다음으로는 파전(11.5%), 불고기(8.5%), 김치(6.0%), 보신탕(4.7%), 비빔밥(4.2%), 아구찜(3.8%)의 순으로 나타났다. 부산은 항구 도시로 타지역과는 달리 싱싱한 해산물이 많이 생산되므로 다양한 음식 메뉴개발이 되지 않고, 해물중심의 음식(생선회, 해물탕, 생선매운탕 등)이 발달하는 경향이 있었다. 그러므로 다양한 메뉴의 개

Table 8. Opinions to food culture of Pusan comparing to the other's area N(%)

Item	Higher level	Similar	Lower level	Do not feel	Total	Statistics
Age	Teenage	2(6.7)	7(23.3)	2(6.7)	19(63.3)	$\chi^2=28.339$ df=6 p=0.000***
	Twenties	8(6.1)	45(34.1)	35(26.5)	44(33.3)	
	Thirties over	2(5.3)	18(47.4)	16(42.1)	2(5.3)	
Occupation	Student	9(7.0)	38(29.7)	28(21.9)	53(41.4)	$\chi^2=20.419$ df=12 p=0.060 N.S.
	Company employee	2(5.7)	12(34.3)	15(42.9)	6(17.1)	
	Housekeeper	0	6(54.5)	3(27.3)	2(18.2)	
	Public official	0	6(67.0)	2(22.2)	1(11.1)	
Self-supporting & others	1(5.9)	8(47.1)	5(29.4)	3(17.6)	17(100.0)	
Spending money per month (unit: ten thousands wcn)	under 10	2(5.1)	10(25.6)	3(7.7)	24(61.5)	$\chi^2=31.195$ df=12 p=0.002**
	11~20	6(9.2)	2(3.8)	16(24.6)	23(35.4)	
	21~30	1(1.9)	22(41.5)	17(32.1)	13(24.5)	
	31~40	2(6.7)	13(43.3)	12(40.0)	3(10.0)	
	41 over	1(7.7)	5(38.5)	5(38.5)	2(15.4)	
Total	12(6.0)	70(35.0)	53(26.5)	65(32.5)	200(100.0)	

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

N.S. : Not significance

Table 9. Pusan's folk food for introducing to oversea foreigners

Numbers	Food name	N	%
1	Raw fish	59	25.1*
2	Pajon	27	11.5
3	Pulgoki	20	8.5
4	Kimchi	14	6.0
5	Doggy soup	11	4.7
6	Bibimpab	10	4.2
7	Akucchim	9	3.8
8	Kimpab	8	3.4
9	Haemultang	7	3.0
10	Kimchicchigae	7	3.0
11	Pork kukpab	7	3.0
12	Kalbicchim	5	2.1
13	Milmyon	5	2.1
14	Ecept 15 kinds potatotang, mudfishtang, codcchim	46**	19.5
Total		235***	100.0

* rate of percent to 235 respondents.

** kinds to responce of three times over

*** multiple respndence

발이 부산지역 식문화 발전에 중요한 요소로 작용하리라 사료된다.

부산의 외식문화 발전을 위한 견해에 대한 응답을

Table 10. Opinions for development of food culture in Pusan

Numbers	Item	N	%
1	Improvement of sevice	27	30.3
2	Development of new menu	12	13.5
3	Improvement hygiene status	9	10.1
4	Development of folk food	8	9.0
5	Improvement of taste & shape	7	7.9
6	Publicity of Korean food culture	6	6.7
7	Low price	6	6.7
8	Improvement mood inside	5	5.6
9	Improvement of quality	3	3.4
10	Need to various fusion restaurant	2	2.3
11	Discrimination of menu	2	2.3
12	Enough quantities	1	1.1
13	Need to various family restaurants	1	1.1
Total		89*	100.0

* without no respondents

가장 많은 순서대로 열거해 보면 Table 10과 같다.

부산의 외식문화 발전을 위한 견해를 적어달라는 질문에 Table 10에서 보는 바와 같이 서비스 향상이 30.3%로 가장 많았으며, 그 다음으로 메뉴개발(13.5%), 위생(10.1%), 향토음식개발(9.0%), 맛과 모양 향상(7.9%), 우리음식문화 홍보(6.7%), 저렴한 가격(6.7%)의 순으로 나타났다. 서비스의 향상과 위생문제가 가장 많이 거론된 점은 2002년의 국제 행사인 월드컵과 아시안게임에 대비하여 응답자에게 더욱 시급한 문제로 인식되고 있었다. 따라서 부산의 외식문화 발전에 본 연구는 좋은 기초자료가 되리라 사료된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 서울의 대학로와 같은 구실을 하는 곳이 부산대학교 주변이라 볼 수 있는 부산지역에서 가장 상권이 활발하고 젊음이 넘치는 부산대학교 주변에 현존하고 있는 외식업체, 주로 음식점과 주점을 조사 분석하고, 이를 이용하는 고객의 외식을 조사하여 낙후된 부산지역의 외식문화 발전의 밑거름이 되 고자 하였고 그 결과는 다음과 같다.

1. 부산대학교 정문에서 약 1km내 현재 음식점은 총 99개소, 주점은 104개소가 있었으며, 가장 많은 음식점은 한식집, 주점은 호프집이었다. 그 명칭들은 10대나 20대가 좋아할 만한 감각적이며 신세대적인 것이 많았다. 이를 이용하는 고객으로 조사한 대상의 일반특성은 20대(66.0%), 학생(54.0%), 한달 용돈 11~30만원(59.0%)인 사람이 가장 많았다.
2. 일반적으로 외식시 음식점 선택기준은 맛, 가격, 서비스의 순이었으며, 주로 친구, 가족, 연인의 순으로 함께 외식을 하였고, 연령별, 직업별, 용돈별로 유의적인 차이를 보였다. 또한 외식업체 선택시 주위의 권유에 의해 정보를 듣는 비율이 가장 높게 나타났다.
3. 부산대학교 주변 음식점에서 외식을 하는 빈도는 2~3일에 한번이 가장 많았으며 매일 외식하는 비율도 21.5%나 차지하였다. 그리고 한식집을 가장 즐겨 찾았으며 그 다음으로 분식집,

퓨전 음식점으로 나타났으며, 이는 연령별, 직업별, 용돈별로 유의적인 차이가 있었다.

4. 부산대학교 주변에서 가격이 저렴한 이유로 외식을 자주한다는 비율이 가장 높았고, 그 다음으로 종류가 다양해서, 교통이 편리해서의 순으로 나타났으며, 이는 연령별, 용돈별로 유의적인 차이가 있었다. 이용후 맛의 만족도는 보통 이상 만족한다는 비율이 92.0%이었으나 서비스의 만족도는 보통이상 만족비율이 81.0%로 차이가 있었다.
5. 부산대학교 주변을 즐겨 찾는 고객들은 타지방과 비교하여 부산의 외식 문화가 비슷하거나 낫다 또는 모르겠다가 94.0%나 차지하여 부산 외식 문화의 낙후성을 인지하고 있는 것으로 사료되며, 외국인에게 소개하고 싶은 부산의 음식으로는 '회'를 가장 많이 꼽았으며 그 다음으로 파전, 불고기, 김치, 보신탕 등의 순이었다. 또한 부산 외식문화 발전을 위하여 시급한 과제는 서비스 향상, 메뉴개발, 위생, 향토음식개발 등의 순으로 지적되었다.

따라서 부산의 외식문화를 발전시키고 한 차원 높이기 위해서는 외식업체의 서비스의 수준을 높이기 위한 종사자들의 의식을 고취시켜야 하며, 부산 음식의 맛을 끊임없이 개발하여야 할 것으로 사료된다. 그리하여 서비스 향상, 메뉴개발, 주방의 위생, 향토음식 개발 등을 관광산업화 할 수 있도록 노력하여야 할 것으로 생각된다.

V. 참고문헌

1. 손일락: 남자는 맛 여자는 분위기, 다솔: 서울, 21, 1995.
2. Shin, A. S.: A Study on The Dietary Life Style of Yangsan College Students, Yangsan College, Vol 8:71, 1999.
3. Lee, H. B. and Yoo, Y. S.: A Study on Lunch Meal Practice of the College Students in Seoul Area, Korean J. Dietary Culture, 10(3):147, 1995.
4. Cho, H. S.: A Study on College Students' Dietary Behavior and Consciousness of Korean Traditional Food in Junlanamdo, Korean J. Dietary Culture, 12(3):301, 1997.
5. Koo, N. S.: A Study on College Students' Perception and Preference of Korea Traditional foods in Taejon, Korean J. Dietary Culture, 10(4):357, 1995.
6. Yang, L. S., Kim, H. Y., Shin, S. Y. and Kim, S. H.: Analysis of the Customers' Expectation and Satisfaction for Service Quality in Restaurant, Korean J. Dietary Culture, 15(1):41, 2000.
7. Pettijohn, L. S., Pettijohn, C. E. and Luke, R. H.: An evaluation of fastfood restaurant satisfaction: determinants, competitive comparisons and impact on future patronage, Journal of Restaurant & Foodservice Marketing, 2(3): 3-20, 1997.