

서양요리의 이용실태 및 소스(Sauce)가 음식품질에 미치는 영향

김현덕 · 이연정* · 한재숙*

성덕대학 호텔조리과, 영남대학교 생활과학대학 가정관리학과*

A Study of Western Food Experience and the Influence of Sauce on Food Quality

Hyun-Duk Kim, Yeon-Jung Lee* and Jae-Sook Han*

Department of Hotel Culinary Arts, Sungduk College, Yeongchon, Kyeongbuk, Korea
*Department of Home Management, Yeungnam University, Kyeongsan 712-749, Korea**

Abstract

The purpose of this study was to research Koreans western food experiences and the influence of sauce on food quality. Among 1,340 respondents, 660 were males and 680 females in Daegu and Kyeongbuk area. The first part of this study was about their experiences on western foods. As the main motivation to visit western restaurants, 33.2% responded the facilities and atmosphere and 23.7% because they liked western foods. Family was the most common group of company with 33.5% of respondents when they visited the restaurants. In terms of monthly frequency, most of them (60.7%) visited 1~2 times a month. Taste of food was the main factor (34.0%) for choosing western foods. But taste of food was also the most common dissatisfaction with western foods for 36.2% of respondents. Price of foods was next (31.6%) and quality of waiter and waitress services was the third most common factor (13.6%). The second part of the study was an investigation of the influence of sauce on food quality. 35.0% of respondents tasted the sauce at the hotel restaurant. 40.5% of respondents indicated sauce influenced the image of the western foods and 40.9% indicated the level of the influence as substantial. In total, 81.4% of respondents answered that the quality of the sauce influenced the image of the western foods. In general, the influence of sauce on western food quality was perceived as a significant contributing factor with an average 4.00 on 5-point scale in 15 questionnaires. Notably, the questionnaire, "The taste of the western food is improved mostly with sauce." ranked the highest with 4.45 on the 5-point scale.

Key words : sauce, food quality, western foods, experience, influence of sauce.

I. 서 론

우리나라에 서양요리가 들어온 지도 어느덧 100여

년이 지났다¹⁾.

서양요리란 프랑스 요리를 중심으로 한 미국, 영국, 독일, 스위스, 이탈리아 등 서구 및 유럽 여러 나라의 요리들을 총칭하는 말이다²⁾.

이러한 서양요리가 세계적으로 호텔 및 외식산업 분야에서 각광을 받고 있는 것은 풍성한 식재료를 이용하여 다양한 조리방법과 소스의 발달로 각기 요리의 맛과 품위가 뛰어날 뿐만 아니라, 자극성이 거의 없고 영양도 풍부하여 세계 어느 나라 사람의 입맛에도 큰 무리 없이 잘 맞기 때문이다. 또한 음식메뉴의 종류도 매우 다양하여, 정식요리 및 1인분의 일품요리를 비롯하여 수백 명 연회행사의 화려한 파티 요리도 메뉴와 조리방법에 따라서 한꺼번에 처리해 낼 수 있는 이점이 있기 때문이다³⁾.

따라서 서양요리의 특색은 식품의 사용이 광범위하고 식품의 배합에 따른 음식의 맛과 색, 담는 그릇과의 조화가 잘 이루어지도록 과학적으로 연구되어 있다. 그리고 서양요리는 조리방법이나 사용하는 조미료와 향신료의 종류, 아침, 점심, 저녁의 식단구성과 상차림 법, 식사방법 등이 우리나라와 다른 점들이 많다⁴⁾.

서양요리의 기본구성요소는 주재료와 부재료, 소스 등을 들 수 있는데 소스의 기본역할은 음식에 풍미를 더해주는데 있으며 음식의 맛을 결정하는 주요요소라고 해도 과언이 아니다⁵⁾. 소스(Sauce)의 어원은 소금이 기본양념으로 사용된 이후로, 라틴어의 'Salsa', 'Salsus' 또는 'Sal'에서 유래되었으며⁶⁻⁸⁾ 모두 소금(Salt)을 의미하는 말들이다⁹⁾. 오늘날 프랑스, 영국, 일본에서는 'Sauce' 이탈리아와 스페인에서는 'Salsa', 독일은 'Sosse', 중국과 인도에서는 각각 'Zhi', 'Chatni'로 불리고 있다¹⁰⁾.

이러한 소스는 음식에 맛과 색상 및 향기를 부여하는 외에 식욕을 증진시키고, 영양을 높이면서 수분을 유지시켜 주며¹¹⁻¹³⁾ 조리과정 중 재료들을 서로 결합시켜 음식이 조화를 이루게 한다¹⁴⁾. 그리고 음식의 품질향상에 커다란 영향을 미치기 때문에 요리의 가격결정에도 큰 요소로 작용할 만큼 서양요리에서 소스의 역할은 매우 중요하다고 볼 수 있다¹⁵⁾.

따라서 본 연구에서는 서양요리의 이용실태와 소스가 음식품질에 미치는 영향에 관하여 일반인 고객과 호텔 및 외식산업체 조리실무자를 대상으로 한 조사자료 분석을 통하여 서양요리의 품질향상과 가치를 높이는데 필요한 기초자료를 마련하고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상자는 대구 및 경북지역 주민을 중심으로 선정하였으며, 직업은 일반직과 조리직으로 구분하여 실시하였다. 조리직은 호텔 및 외식산업체 주방에서 근무하고 있는 현직조리사를 대상으로 하였으며, 일반직은 주로 호텔 및 외식업체 식당을 이용하는 일반고객을 대상으로 조사하여 상호 두 집단 간의 차이를 비교 분석하고자 하였다. 조사기간은 2001년 7월 12일부터 동년 10월 20일까지 약 3개월에 걸쳐서 총 1,400부를 배포하여 조사하였다. 그리고 수거된 설문지 중 회수과정에서 누락되거나 불성실한 응답을 한 설문지를 제외한 1,340부를 분석에 활용하였으며, 유효한 회수율은 95.7%이었다.

2. 조사내용 및 방법

자료의 조사 내용은 조사대상자의 일반적인 사항과 서양요리의 이용실태 및 소스가 음식품질에 미치는 영향에 관한 내용을 중심으로 하였으며, 그 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 서양요리의 이용실태 부문으로 서양요리의 이용 동기, 서양요리 이용시 주로 동행하는 사람, 서양요리의 월 이용횟수, 서양요리의 음식선택 기준, 서양요리 이용시 가장 불만족스러운 점등을 조사하였다.

둘째, 소스(Sauce)가 음식품질에 미치는 영향에 관한 부문으로 소스의 시식장소, 소스가 서양요리의 품질 이미지에 미치는 영향, 소스가 음식품질에 미치는 영향에 관한 내용을 각각 조사하였다.

자료의 조사방법은 설문지법(questionnaire)으로 하였으며, 설문지에 사용된 척도로 인구통계적 특성에는 명목척도를 사용하고, 각 문항의 측정변수에는 서열척도 및 등간척도를 각 설문지 내용에 따라서 각각 사용하였다. 그리고 등간척도에 대한 평가는 Likert의 5점 척도를 사용하였다¹⁶⁾.

3. 조사자료의 분석방법

조사자료의 분석방법은 SPSSWIN 10.0 PC⁺ 통계

Program을 이용하여 빈도, 평균, 백분율을 구하였으며, 유의성 검증을 위하여 χ^2 -test 및 t-test를 실시하였다.

또한 본 논문의 분석에서는 성별 및 직업별의 인구 통계적 변수를 활용하였으며, 직업은 조리직과 조리직 이외의 모든 직종을 합한 것을 일반적으로 하여 크게 두 집단으로 구분하였다. 따라서 남녀간과 그리고 조리인과 일반인(이하에서 조리직과 일반직으로 각각 호칭함)의 상호 두 집단 간의 차이와 특성을 비교 분석하였다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 일반적 특성은 Table 1에서 보는 바와 같이 성별은 남성이 660명(49.3%), 여성이 680명(50.7%)으로 합계 1,340명이고, 직업별은 조리직이 449명(33.6%)이며, 조리 이외 사무 및 관리직을 포함한 모든 일반직이 888명(66.4%)으로 합계 1,337명이다. 이를 구체적으로 살펴보면 학생 157명(11.7%), 생산 및 기술직 128명(9.6%), 사무 및 관리직 223명(16.7%), 판매 및 서비스직 137명(10.3%), 자영업 34명(2.5%), 기타 209명(15.6%)으로 조사되었다. 그리고 기타 15.6%에는 가정주부 및 각종 전문직과 무직 등이 포함되어 있는 것으로 조사되었다.

연령분포는 20대가 57.3%, 30대가 27.5%로 20대와 30대가 대부분을 차지하고 있었으며, 학력은 전문대졸 이상이 78.1%로 가장 많았다. 주 성장지역은 거의 대부분이 대도시(46.6%)와 중소도시(29.6%)였다.

2. 서양요리의 이용실태

1) 서양요리의 이용동기

서양요리를 이용하는 주된 동기는 Table 2와 같이 식당시설 및 분위기가 33.2%로 가장 많았고 그 다음으로 '양식을 좋아함으로'가 23.7%, 음식의 맛이 17.2%, 절대 관계상이 14.3%, 기타가 10.2%의 순이었으며 서비스가 1.4%로 가장 적었다. 이는 하¹⁷⁾의 연구에서 양식당 선택요인의 중요도 평가 중 음식의 맛

Table 1. General characteristics of the subjects

Variables	Group	N (%)
Gender	Male	660(49.3)
	Female	680(50.7)
	Total	1,340(100.0)
Occupation	Student	157(11.7)
	Producer & Technician	128(9.6)
	Office worker & Administrator	223(16.7)
	Seller & Service	137(10.3)
	Entrepreneur	34(2.5)
	Others	209(15.6)
	General total	888(66.4)
Cook	449(33.6)	
Total	1,337(100.0)	
Age	10~19	40(3.4)
	20~29	766(57.3)
	30~39	367(27.5)
	40~49	114(8.5)
	Over 50	44(3.3)
	Total	1,336(100.0)
Educational level	≤ Middle school	26(1.9)
	High school	267(20.0)
	≥ College	1,041(78.1)
Total	1,334(100.0)	
Main region of growth	Big city	625(46.6)
	Medium · Small city	397(29.6)
	Farm · Sea village	318(23.7)
Total	1,340(100.0)	

이 평균 4.295, 분위기 4.225, 서비스 4.209, 가격 3.620 순으로 나타나서 본 연구와는 다소 차이가 있었다.

남녀 성별에 따라서는 $p < .001$ 에서 유의한 차이가 나타났으며, 특히 '절대관계상' 서양요리를 이용한다는 응답자는 남성이 여성에 비하여 11.1%나 높았으며 식당의 '시설 및 분위기' 때문에 이용한다는 응답자는 여성이 남성에 비하여 8.3%나 높았다. 직업에 따른 차이로는 $p < .01$ 에서 유의함을 나타내었으며 상호 차이가 높은 항목으로는 일반적인 조리직에 비하여 '양식을 좋아해서' 서양요리를 이용한다는 의견이

Table 2. Motivation of having western foods N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Business invitation	130(19.9)	59(8.8)	189(14.3)	102(11.6)	88(19.6)	190(14.3)
Preference for western food	144(22.1)	170(25.3)	314(23.7)	224(25.5)	90(20.1)	314(23.7)
Facility and atmosphere	189(29.0)	251(37.3)	440(33.2)	296(33.7)	144(32.1)	440(33.2)
Taste of food	103(15.8)	125(18.6)	228(17.2)	153(17.4)	75(16.7)	228(17.2)
Service	11(1.7)	8(1.2)	19(1.4)	13(1.5)	6(1.3)	19(1.4)
Others	75(11.5)	60(8.9)	135(10.2)	90(10.3)	45(10.0)	135(10.2)
Total	652(100.0)	673(100.0)	1325(100.0)	878(100.0)	448(100.0)	1326(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2=41.502$	df=5	p=.000***	$\chi^2=17.374$	df=5	p=.004**

** : p<.01, *** : p<.001.

높은 반면에 조리직은 '접대 관계상' 이용한다는 응답자가 일반직보다 높았다.

2) 서양요리 이용시 주로 동행하는 사람

서양요리 이용시 주로 동행하는 사람은 Table 3에서 보는 바와 같이 가족이 33.5%로 가장 많았고, 다음으로는 동료(28.1%)와 이성친구(27.2%)가 대부분을 차지하였다. 이제 우리나라도 식생활 패턴의 변화로 가족과 함께 서양요리를 이용하는 외식인구가 증가한 것으로 판단된다. 김¹⁸⁾과 임¹⁹⁾의 연구에서도 외식시 동행인으로 가족이 각각 48.70%, 45.4%로 가장 높게 나타나서 본 연구와 일치하였다. 그러나 남궁²⁰⁾, 신²¹⁾의 연구에서는 본 연구와는 대조적으로 친구 또는 친구/동료가 각각 50.4%, 32.3%로 가장 높은 항목

으로 나타났는데 이는 대부분이 조사대상자의 나이와 직업에 따른 인구 통계적 특성과 이용메뉴의 차이에 비추어 생각된다.

성별로는 p<.001에서 유의한 차이가 났으며, 남성은 가족과 함께가 37.6%로 여성의 29.6%보다 높은 반면 여성은 동료 및 이성친구가 각각 34.2%, 28.5%로 남성의 21.8%, 25.8%보다 높게 나타나서 서로 상반된 견해를 보였다. 그리고 직업별로도 p<.01의 유의한 차이가 있었으며, 특히 일반직은 조리직에 비하여 동료 및 이성친구가 각각 29.6%, 29.5%로 조리직 25.2%, 22.5%보다 높은 반면에 조리직은 가족이 38.5%로 일반직 31.0%보다 높게 나타났다.

3) 서양요리의 월 이용횟수

Table 3. Companies of having western food N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Family	242(37.6)	198(29.6)	440(33.5)	270(31.0)	171(38.5)	441(33.5)
Colleague	140(21.8)	229(34.2)	369(28.1)	258(29.6)	112(25.2)	370(28.1)
Opposite gender friend	166(25.8)	191(28.5)	357(27.2)	257(29.5)	100(22.5)	357(27.1)
Superior	31(4.8)	18(2.7)	49(3.7)	34(3.9)	15(3.4)	49(3.7)
Junior	13(2.0)	5(0.7)	18(1.4)	8(0.9)	10(2.3)	18(1.4)
Others	51(7.9)	29(4.3)	80(6.1)	44(5.1)	36(8.1)	80(6.1)
Total	643(100.0)	670(100.0)	1313(100.0)	871(100.0)	444(100.0)	1315(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2=40.133$	df=5	p=.000***	$\chi^2=20.811$	df=5	p=.001**

** : p<.01, *** : p<.001.

Table 4. Monthly frequency of western food N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Never	108(16.5)	57(8.5)	165(12.4)	92(10.5)	73(16.3)	165(12.4)
1~2 times	375(57.3)	431(64.1)	806(60.7)	538(61.1)	269(59.9)	87(60.7)
3~4 times	120(18.3)	144(21.4)	264(19.9)	185(21.0)	79(17.6)	264(19.9)
5~6 times	26(4.0)	27(4.0)	53(4.0)	40(4.5)	13(2.9)	53(4.0)
Over 7 times	26(4.0)	13(1.9)	39(2.9)	25(2.8)	15(3.3)	40(3.0)
Total	655(100.0)	672(100.0)	1327(100.0)	880(100.0)	449(100.0)	1329(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2=25.975$	df=4	p=.000***	$\chi^2=12.175$	df=4	p=.016*

* : p<.05, *** : p<.001.

서양요리의 월 이용횟수에 대하여 조사한 결과 Table 4에서와 같이 전체적으로는 1~2회가 60.7%로 대부분을 차지하였고 다음이 3~4회로 19.9%이었으며, 한 달에 전혀 양식을 들지 않는다고 응답한 사람도 12.4%나 되었다. 이와 관련하여 1996년 대구지역의 서양요리 이용실태를 조사한 김²²⁾의 연구에서 서양음식점 이용정도는 '거의 가지 않는다'가 49.4%로 가장 많았으며, 다음이 월 1회로 30.8%, 월 2~3회가 17.9%의 순이어서 본 연구와 비교해 볼 때 그동안 약 5년이 경과한 오늘날 우리의 식생활변화가 서구화되어 가는 것을 확인할 수 있었다.

성별로는 p<.001의 유의한 차이가 있어서 남성은 서양요리를 한 달에 한번도 들지 않는다고 한 사람이 16.5%로 여성의 8.5%보다 거의 배 가까이 많았다.

그리고 여성은 월 1~2회 이용이 64.1%로 남성의 57.3%보다 많았으며, 월 3~4회 이용도 남녀 각각 21.4%, 18.3%로 여성이 많았다. 직업에 따른 차이는 p<.05에서 유의한 차이가 있었으며, 한 달에 서양요리를 전혀 들지 않는다고 한 사람은 조리직이 16.3%로 일반직 10.5%보다 많았으며, 월 1~6회 이용자는 일반직이 많았다. 따라서 서양요리는 남성보다는 여성이, 조리직보다는 일반직이 더 좋아하는 것으로 해석할 수 있다.

4) 서양요리의 음식선택 기준

서양요리의 음식선택 기준에 대하여 조사한 결과 Table 5와 같이 음식의 맛이 34.0%로 가장 많았으며, 다음으로 음식의 위생이 26.6%, 메뉴의 구성이 17.9

Table 5. Criteria of western food choice N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Constitution of menu	122(18.5)	116(17.3)	238(17.9)	130(14.7)	108(24.1)	238(17.9)
Sanitation of food	182(27.7)	172(25.6)	354(26.6)	228(25.8)	127(28.3)	355(26.7)
Price of food	97(14.7)	92(13.7)	189(14.2)	135(15.3)	54(12.1)	189(14.2)
Recommendation from the restaurant	56(8.5)	29(4.3)	85(6.4)	45(5.1)	40(8.9)	85(6.4)
Taste of food	193(29.3)	259(38.5)	452(34.0)	338(38.2)	115(25.7)	453(34.0)
Others	8(1.2)	4(0.6)	12(0.9)	8(0.9)	4(0.9)	12(0.9)
Total	658(100.0)	672(100.0)	1330(100.0)	884(100.0)	448(100.0)	1332(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2=19.968$	df=5	p=.001**	$\chi^2=38.274$	df=5	p=.000***

** : p<.01, *** : p<.001.

%, 음식의 가격이 14.2%, 종사원의 권유가 6.4%, 기타가 0.9%이었다. 일반적으로 외식시 음식(점)선택의 기준에 대한 김²³⁾, 신 등²⁴⁾의 조사연구에서도 맛이 각각 43.8%, 40.5%로 가장 높은 항목으로 나타나서 본 연구와 동일한 결과를 나타내었다. 따라서 대부분의 사람들은 음식의 맛과 위생만 좋으면 음식의 가격은 과거에 비하여 크게 중요시 않고 음식을 선택하는 것으로 조사되어서 최근의 생활수준 향상에 따른 식생활의 변화를 보여주고 있다.

성별에 따라서는 $p < .01$ 에서 유의한 차이가 났으며, 남성은 음식의 맛을 제외한 모든 항목에서 여성보다 높게 나타났다. 직업에 따른 차이로는 $p < .001$ 에서 유의하여 일반직은 음식의 맛과 가격에서, 조리직은 음식의 위생과 메뉴구성 및 종사원의 권유에서 각각 우세를 보였다. 따라서 조리직의 경우 전문직업인으로서 위생관념과 조리기술 및 서비스를 더욱 중요시 한 것으로 판단된다.

5) 서양요리 이용시 가장 불만족스러운 점

서양요리 이용시 가장 불만족스러운 점에 대하여 선행연구를 바탕으로 6개 항목의 선택속성을 사용하여 조사한 결과 Table 6과 같이 음식의 맛이 전체 응답자의 36.2%로 가장 많았으며, 다음으로 음식의 가격이 31.6%, 종사원의 서비스가 13.6% 등의 순이었다. 나²⁵⁾의 연구에서 서양요리에 대한 개선점으로 '한국인에게 적합한 맛(기호성) 개발'이 67.6%로 가장 높게 나타났으며, 김²⁶⁾의 연구에서도 고객이 음식점

을 다시 찾지 않는 이유로 '맛이 없어서'가 82.65%로 나타나서 모두 '음식의 맛'이 가장 불만족스러운 것으로 조사되어 본 연구와 일치하였다. 그러나 최 등²⁷⁾의 연구 중 '주 이용 레스토랑의 만족도 평가'에서는 음식의 맛, 점원의 서비스, 점내 분위기 등 5개 항목들은 대부분의 응답자들이 보통 이상 만족하는 것으로 나타났으나, 음식의 가격은 전체응답자의 35.0%가 불만족 또는 매우 불만족하다는 평가를 하여서 가격조정이 문제점으로 지적되었으며, 본 연구와는 다소 차이를 보였다. 따라서 양식당 및 서양요리의 발전을 위해서는 음식의 맛 개선과 가격조정 문제 그리고 종사원의 서비스개선 등이 해결되어야 할 과제로 지적되었다.

성별에 따른 차이는 없어서 남녀 모두 비슷한 시각을 가지고 있는 것으로 판단된다. 직종에 따라서는 $p < .05$ 에서 유의한 차이를 보였다. 일반직은 음식의 가격이 33.5%로 가장 높게 평가하여 조리직 27.1%보다 높았다. 반면 조리직은 음식의 맛이 42.3%로 가장 높게 나타나서 일반직 33.4%보다 높았다. 다음으로 일반직은 식당시설 및 분위기에, 조리직은 종사원의 서비스에 각각 불만이 더 많은 것으로 조사되었다.

3. 소스(Sauce)가 식품품질에 미치는 영향

1) 소스를 주로 시식해본 장소

소스를 주로 시식해본 장소에 대하여 조사한 결과 Table 7과 같이 호텔 레스토랑이 35.0%로 가장 많았

Table 6. Most unsatisfied factors of western food N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Price of food	189(30.5)	212(32.6)	401(31.6)	294(33.5)	107(27.1)	401(31.5)
Taste of food	215(34.7)	245(37.7)	460(36.2)	293(33.4)	167(42.3)	460(36.2)
Restaurant service	94(15.2)	79(12.2)	173(13.6)	114(13.0)	60(15.2)	174(13.7)
Facility and atmosphere	45(7.3)	54(8.3)	99(7.8)	76(8.7)	23(5.8)	99(7.8)
Sanitation of restaurant	32(5.2)	31(4.8)	63(5.0)	45(5.1)	18(4.6)	63(5.0)
Others	45(7.3)	29(4.5)	74(5.8)	55(6.3)	20(5.1)	75(5.9)
Total	620(100.0)	650(100.0)	1270(100.0)	877(100.0)	395(100.0)	1272(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2=8.166$	$df=5$	$p=.147^{ns}$	$\chi^2=14.140$	$df=5$	$p=.015^*$

* : $p < .05$, ^{ns} : not significant.

Table 7. Major place of having sauce

N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Hotel restaurant	271(44.1)	161(25.9)	432(35.0)	209(26.2)	224(50.9)	433(35.0)
Family restaurant	117(19.0)	118(19.0)	235(19.0)	170(21.3)	65(14.8)	235(19.0)
General restaurant	155(25.2)	271(43.6)	426(34.5)	352(44.1)	75(17.0)	427(34.5)
Fast food restaurant	31(5.0)	47(7.6)	78(6.3)	45(5.6)	33(7.5)	78(6.3)
Home	23(3.7)	18(2.9)	41(3.3)	17(2.1)	24(5.5)	41(3.3)
Others	18(2.9)	6(1.0)	24(1.9)	5(0.6)	19(4.3)	24(1.9)
Total	615(100.0)	621(100.0)	1236(100.0)	798(100.0)	440(100.0)	1238(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2=69.465$	df=5	p=.000***	$\chi^2=147.113$	df=5	p=.000***

*** : p<.001.

고, 다음으로 일반 레스토랑(34.5%), 패밀리레스토랑(19.0%) 등의 순으로 나타나서 소스를 동반하는 서양요리의 이용실태를 나타내고 있다.

성별에 따른 차이로 p<.001에서 유의함을 나타내었다. 남자는 호텔 레스토랑이 44.1%로 가장 많았고, 여성의 25.9%보다 매우 높았다. 여성은 일반 레스토랑이 43.6%로 가장 많았으며, 남성의 25.2%보다 많이 높았다. 직종별로는 p<.001에서 유의한 차이가 있었으며, 일반직은 일반 레스토랑이 44.1%로 가장 많았고, 조리직의 17.0%보다 훨씬 높았다. 반면에 조리직은 호텔 레스토랑이 50.9%로 가장 많았고, 일반직의 26.2%보다 매우 높았다. 다음으로 패밀리레스토랑이 일반직 21.3%가 조리직 14.8%보다 높았다.

2) 소스가 서양요리의 품질 이미지에 미치는 영향

소스가 서양요리의 품질 이미지에 미치는 영향은 어느 정도인가를 조사한 결과는 Table 8에서와 같이 40.5%의 응답자가 '영향을 미친다'고 하였고 '매우 많이 영향을 미친다'도 40.9%나 되어 전체응답자의 81.4%가 소스가 서양요리의 품질 이미지에 영향을 미친다고 하였다.

성별로는 p<.01에서 유의한 차이가 있었으며, 특히 여성은 매우 많이 영향을 미친다가 43.9%로 남자의 37.8%보다 높았다. 직종별로는 유의한 차이가 없어서 일반직과 조리직 모두가 소스의 품질이 서양요리의 이미지에 영향을 크게 미치는 것으로 인식하고 있었다.

이러한 이미지에 대하여 Muller 등²⁸⁾은 중산층 외식시장에서는 상품화와 이미지관리가 마케팅과 광고보다도 더 중요하다고 하였다. 실제로 진 등²⁹⁾의 연

Table 8. Influence of sauce on quality image of western food

N(%)

Item	Gender		Total	Occupation		Total
	Male	Female		General	Cook	
Much influenced	248(37.8)	297(43.9)	545(40.9)	351(39.6)	196(43.7)	547(41.0)
Influenced	266(40.5)	274(40.5)	540(40.5)	356(40.2)	184(41.0)	540(40.4)
Average	92(14.0)	88(13.0)	180(13.5)	127(14.3)	53(11.8)	180(13.5)
Not influenced	22(3.4)	10(1.5)	32(2.4)	26(2.9)	6(1.3)	32(2.4)
Not at all	28(4.3)	8(1.2)	36(2.7)	26(2.9)	10(2.2)	36(2.7)
Total	656(100.0)	677(100.0)	1333(100.0)	886(100.0)	449(100.0)	1335(100.0)
χ^2 -test	$\chi^2 = 19.898$	df = 4	p = .001**	$\chi^2 = 6.375$	df = 4	p = .173 ^{ns}

** : p<.01, ^{ns} : not significant.

구에서도 매장 이미지, 음식의 질, 서비스, 교통편리 등의 요인별 만족이 전반적 고객만족, 재 구매의도에 미치는 영향을 분석한 결과 모든 요인에서 영향을 미치고 있음을 나타냈으며, 특히 구전의도에서는 요인별 만족요인 중 매장 이미지와 음식의 질만 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이처럼 이미지가 마케팅측면에서 중시되고 있는 이유는 이미지가 구매행동을 유발하는 강력한 힘을 가지고 있기 때문이다³⁰⁾. 따라서 음식의 좋은 이미지나 인기도는 고객으로 하여금 그 식당을 다시 찾게 하는 결정적 선택의 기준이 되기도 한다³¹⁾.

3) 소스가 음식품질에 미치는 영향

소스는 서양요리에서 맛과 색상 및 향기를 부여하여 식욕을 증진시키며, 재료의 첨가로 영양가를 높이고 음식이 조리되는 동안 재료들이 서로 결합되게 하는 역할을 한다³²⁾. 또한 음식의 맛과 외형 그리고 수분을 보충하기 때문에 매우 중요하다. 따라서 소스는 음식에 영양적, 미식학적, 예술적 역할을 하며 주요리의 품질과 맛에 지대한 영향을 미치므로 메뉴의

가격책징에도 영향을 주게 된다³²⁾.

김 등³³⁾의 연구에서도 조사대상자의 73.4%가 소스의 품질이 서양요리의 가치결정에 크게 영향을 미치는 것으로 나타나서 음식품질에 관하여 소스와 서양요리에 대한 밀접한 관련성과 중요성을 말해주고 있다. 이와 같은 선행연구 및 본 연구와 관련된 이론들을 바탕으로 해서 소스가 음식 전체에 미치는 영향에 대한 인식도를 조사한 결과는 Table 9와 같다.

전체적으로 5점 만점에 평균 4.00점으로 소스가 음식 전체에 미치는 영향은 매우 크다고 인식하였으며, 특히 '요리의 맛이 좋아진다'가 4.38점으로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 인식이 높은 항목을 살펴보면, '다양한 소스의 사용으로 고객선호도를 높일 수 있다'(4.18점), '식욕을 증진시켜준다'(4.17점), '서양요리에서 소스의 품질은 음식 전체의 품질에 영향을 미친다'(4.15점), '요리의 향기(냄새)가 좋아진다'(4.08점), '요리의 색상이 좋아진다'(4.05점), '요리의 외관(형태, 모양)이 좋아진다'(4.05점), '요리전체의 품질이 좋아진다'(4.04점) 등의 항목에서 4점 이상의 높은 인지도도를 나타냈다. 반면 상대적으로 제일 낮은 인지도

Table 9. Influence on food quality of sauce

Item	Gender		t-value	p-value	Occupation		t-value	p-value	Total
	Male	Female			General	Cook			
Better taste	4.30±0.88 ¹⁾	4.47±0.71	-3.929	.000***	4.45±0.66	4.26±1.02	3.591	.000***	4.38±0.81
Better color	4.06±0.80	4.04±0.78	.347	.728	3.98±0.74	4.18±0.87	-4.215	.000***	4.05±0.79
Better flavor	4.07±0.79	4.08±0.71	-.227	.820	3.99±0.75	4.23±0.73	-5.635	.000***	4.08±0.75
Better touch	3.84±0.85	3.83±0.78	.393	.695	3.71±0.81	4.09±0.78	-8.335	.000***	3.84±0.82
Better nutrition	3.83±0.84	3.79±0.83	.797	.425	3.68±0.83	4.08±0.77	-8.658	.000***	3.81±0.83
Better texture	3.86±0.85	3.88±0.80	-.357	.721	3.78±0.81	4.05±0.82	-5.718	.000***	3.87±0.82
Better appearance	4.04±0.82	4.06±0.76	-.383	.702	3.98±0.78	4.19±0.80	-4.636	.000***	4.05±0.79
Keeping moisture	4.00±0.83	3.93±0.80	1.588	.112	3.86±0.82	4.17±0.78	-6.579	.000***	3.96±0.82
Better overall quality	4.11±0.82	3.98±0.82	2.845	.005**	3.93±0.83	4.27±0.75	-7.316	.000***	4.04±0.82
Stimulating appetite	4.14±0.82	4.19±0.75	-1.145	.253	3.13±0.80	4.24±0.76	-2.599	.009**	4.17±0.79
Promote digestion	3.83±0.88	3.81±0.84	.609	.543	3.74±0.86	3.98±0.85	-4.994	.000***	3.82±0.89
Tangled ingredient	3.83±0.83	3.73±0.80	2.201	.028*	3.66±0.80	4.01±0.80	-7.524	.000***	3.78±0.82
Influencing on price	3.81±0.92	3.83±0.86	-.356	.722	3.76±0.88	3.96±0.90	-3.845	.000***	3.82±0.89
Higher preference	4.13±0.84	4.22±0.76	-2.133	.033*	4.14±0.82	4.25±0.77	-2.457	.014*	4.18±0.80
Influencing on overall	4.04±1.02	4.24±0.82	-3.973	.000***	4.11±0.95	4.22±0.87	-2.212	.027*	4.15±0.93
Total	4.00±0.54	4.00±0.49	-.192	.848	3.93±0.48	4.15±0.56	-7.262	.000***	4.00±0.52

¹⁾ Mean±S.D., *: p<.05, **: p<.01, ***: p<.001.

를 보인 항목은 '요리시 주재료가 서로 엉키도록 도와준다'가 3.78점이었으며, 다음으로 '요리의 영양이 좋아진다'(3.81점), '소화작용을 도와 주는 유효유 역할을 한다'(3.82점) 등의 순으로 보통 이상의 점수를 보였다.

성별에 따라서는 '요리의 맛이 좋아진다', '서양요리에서 소스의 품질은 음식 전체의 품질에 영향을 미친다', '다양한 소스의 사용으로 고객의 선호도를 높일 수 있다' 등의 항목에서 여자가 남자보다 높은 인식도를 보였다($p < .001 \sim p < .05$). 반면에 남자는 '요리전체의 품질이 좋아진다'는 항목에서 여자보다 높은 인식도를 보였다($p < .01$).

직종에 따라서는 조리직이 일반직에 비해 대부분의 항목에서 훨씬 높은 인지도를 나타내어($p < .001$) 대부분의 조리사들이 일반인보다는 소스에 대해 더 잘 알고 있고 소스가 음식 전체에 미치는 영향이나 역할 및 기능을 잘 파악하여 조리에 임하고 있다는 점을 알 수 있었다. 한편 '요리의 맛이 좋아진다'는 한 문항에서만 일반직이 조리직에 비해 높은 인식도를 보였다($p < .001$).

본 조사 결과 대부분의 사람들이 서양요리에 사용하는 다양한 소스는 음식 전체의 맛과 식욕을 증진시키는데 많은 영향을 미친다고 인지하고 있는 것으로 나타나 다양한 소스의 개발은 요리의 품질 향상뿐만 아니라 보다 더 품위 있는 식생활을 이룩하는 데 도움이 될 것으로 기대된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 서양요리의 이용실태 및 소스(Sauce)가 식품품질에 미치는 영향에 관한 연구를 하기 위하여 대구 및 경북지역을 중심으로 설문지 조사를 실시하였으며 그 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 서양요리의 이용실태 부문으로 서양요리의 이용동기는 식당시설 및 분위기가 33.2%로 가장 많았으며 그 다음으로 양식을 좋아함으로가 23.7%이었다. 그러나 서비스는 1.4%로 가장 낮아서 종사원의 서비스 품질향상을 위한 교육이 필요하다고 생각된다. 서양요리 이용시 주로 동행하는 사람은 가족이

33.5%로 가장 많았고, 서양요리의 월 이용횟수는 1~2회가 60.7%로 대부분을 차지하여 가족을 동반한 외식인구의 증가와 더불어 외식형태의 변화로 식생활 패턴이 점차 서구화되어 가는 현상을 보여주고 있다. 그리고 서양요리의 음식선택 기준은 음식의 맛이 34.0%로 가장 많았으며 다음이 음식의 위생으로 평가되어서 오늘날 대부분의 외식수요 고객들은 음식의 맛과 위생만 좋으면 음식의 가격은 과거에 비하여 크게 중요시 않고 음식을 선택하는 것으로 조사되어서 최근의 생활수준 향상에 따른 식생활변화를 나타내고 있다. 또한 서양요리 이용시 가장 불만족스러운 점에서도 음식의 맛이 전체 응답자의 36.2%로 가장 많았고 다음으로 음식의 가격이 31.6%, 종사원의 서비스가 13.6% 등의 순이었다. 따라서 양식 및 서양요리의 발전을 위해서는 음식의 맛 개선과 가격 조정문제 그리고 종사원의 서비스 개선 등이 해결되어야 할 과제로 지적되었다.

둘째, 소스(Sauce)가 식품품질에 미치는 영향에 관한 부문으로 소스의 시식장소는 호텔레스토랑이 35.0%로 가장 높게 평가되어서 소스를 동반하는 서양요리의 이용실태를 나타내었다. 그리고 소스가 서양요리의 이미지에 미치는 영향은 40.5%의 응답자가 '영향을 미친다'고 하였으며 '매우 많이 영향을 미친다'도 40.9%나 되어 전체응답자의 81.4%가 소스는 서양요리의 품질 이미지에 영향을 미친다고 하였다. 또한 소스가 식품품질에 미치는 영향에 관한 조사에서는 전체 15개항목이 5점 만점에 평균 4.00점으로 소스가 전반적으로 음식에 미치는 영향은 매우 크다고 인식하였으며, 특히 '요리의 맛이 좋아진다'가 4.45점으로 가장 높게 나타났다.

본 조사결과 대부분의 사람들이 서양요리에 사용하는 품질 좋은 소스는 음식 전체의 맛과 식욕을 증진시켜서 고객의 선호도를 높일 뿐 아니라 음식의 품위를 격상시키는데 큰 영향을 미치는 것으로 인지하고 있었다. 따라서 다양한 소스의 개발 및 품질개선이 곧 서양요리의 가치와 품질향상에 직결되는 것임을 시사해 주고 있다.

그리고 본 연구의 한계점으로는 표본선정에서 자료조사의 대상을 대구 및 경북지역을 중심으로 하였

기 때문에 그 결과를 일반화하기에는 다소 무리가 따를 수 있다. 또한 측정에서 본 연구와 관련된 수많은 변수들 중 일부의 변수만 이용되었고, 조사자료의 분석에서도 성별과 직종별 인구 통계적 변수만 활용하여 통계처리를 하였기 때문에 보다 구체적이고 폭넓은 정보자료를 얻기에는 미흡한 점이 있다. 따라서 차후 연구에서는 이러한 한계점들을 극복하여 보다 체계적이고 과학적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

V. 문헌

1. Choi, S. K.: A theory and the facts of Sauce, Hyungseul Publishing Company in Korea, 10~30, 1997.
2. Nha, Y. S.: Modern Western Cookery, Packsan Publishing Company in Korea, 16, 1996.
3. 2001, Training Textbook for qualification of cooking minors, [2], Secondary Education Training Institute attached to Education Graduate School of Yeungnam University, 198, 2001.
4. Kim, B. J., Park, S. W., and Kim, U. S.: A theory and the facts of Western Cookery, Hyungseul Publishing Company in Korea, 12, 1998.
5. Choi, S. K.: The Quality Characteristics of Brown stock Prepared by Different Methods, Ph. D. Thesis, Graduate School Yeungnam University, 1~3, 2001.
6. Nakamura, Show.: Fond and Sauce, Iwata Publishing Company in Japan(中村勝典, フォンとソース, 梨田書店), 44, 2000.
7. Kim, S. K.: Optimization of Cooking Condition of Brown Sauce by Sensory Evaluation and Response Surface Methodology, M. A. Thesis, Graduate School of Industrial Technology Dongguk University, 10, 1997.
8. Choi, S. K.: Western Cookery of Choi, Soo-Keun., Hyungseul Publishing Company in Korea, 133, 1996.
9. Cho, S. S.: New English-Korean Dictionary, Korean Dictionary Research Publishing, 1898~1899, 1999.
10. Cousminer, J. J.: Savor Fruit-Based Salsas. Food Technology, 50(1), 70, 1996.
11. Choi, S. K.: A theory and the facts of Sauce., Hyungseul Publishing Company in Korea, 41~48, 1997.
12. Nha, Y. S.: Modern Western Cookery, Packsan Publishing Company in Korea, 218, 1996.
13. Nha, Y. A., Kwon, K. S., Yoon, O. H. and Jung, D. L.: Applied Western Cookery, Hyoil Publishing Company in Korea, 72, 2001.
14. Thomer : Manning, Quality Control in Food Service, Chapman & Hall London, New York, 157~159, 1983.
15. Choi, S. K.: The effect of Sauce on the Menu., M. A. Thesis, Graduate School of Business Administration, Kyung Hee University, 66, 1994.
16. Chae, S. I.: Marketing Research, Hakhyun Publishing Company in Korea, 180~196, 1998.
17. Ha, K. H.: A Study on Customer's Satisfaction with the Western Restaurant Menu, M. A. Thesis, Graduate School Kyonggi University, 44~49, 1992.
18. Kim, D. J.: A Survey on the Actual Condition for Dining out in Pusan Area, The Korean Journal of Food and Nutrition, 7(3), 240~242, 1994.
19. Lim, B. Y.: A study of consumer's eating-out pattern in Korea, Journal of Culinary Research, 2, 215~216, 1996.
20. Nam-Kung, S.: A Study on the Eating Out Behavior of Residents in the Seoul Area, Journal of the East Asian Society of Dietary Life, 5(1), 78~79, 1995.
21. Shin, H. S.: A Study on Hotel Visitor's Choice Behavior Attributes, Journal of Food Service Management, 4(1), 160~164, 2001.
22. Kim, M. H.: A Study on Acceptance and Utility Practice of Western Cuisine in Taegu, Journal of Korean Society of Food Science, 13(3), 338~346,

- 1997.
23. Kim, J. S.: A Study on Eating Behaviors and Food Preferences of the Workers at Transportation Business in Daegu Areas by Work Site, *Journal of the East Asian Society of Dietary Life*, 10(4), 317, 2000.
 24. Shin, A. S, and Roh, S. B.: Putters and preference of Eating out in Pusan National University Area, *Journal of the East Asian Society of Dietary Life*, 10(3), 182~183, 2000.
 25. Nha, Y. A. and Yoon, U. S.: A Survey on the Dining out of Western Food in Seoul Area. *The Korean Journal of Food and Nutrition*, 4(2), 196~197, 1991.
 26. Kim, D. J.: A Survey on the Actual Condition for Dining out in Pusan Area, *The Korean Journal of Food and Nutrition*, 7(3), pp.246~248, 1994.
 27. Choi, S. K., Chun, B. G.: A Study on Performances of Brand Differentiation Marketing, *Journal of Culinary Research*, 6(1), 86~99, 2000.
 28. Christopher C. Muller and Robert H. Woods : An Expanded Restaurant Typology, *The Cornell H.R.A Quarterly*, 35(3), 35, Jun 1994.
 29. Jin, Y. H. and Gang, B. G.: A Study of to increase Selling for Korea's Dining out industry, *Journal of Culinary Research*, 5(1), 7~18, 1999.
 30. Chung, C. J.: A Study on the Effects Upon an Image-Making of Travel Agency By Tourism Marketing Mix Factors, Ph. D. Thesis., Graduate School Kyonggi University, 173, 1992.
 31. Kang, S. I.: A study on Customer Satisfactions toward Hotel Restaurants, *Journal of Culinary Research*, 6(2), 151~153, 2000.
 32. Choi, S. K.: The effect of Sauce on the Menu, M. A. Thesis, Graduate School of Business Administration Kyung Hee University, 2~80, 1994.
 33. Kim, H. D., Lee, Y. J. and Han, J. S.: An Evaluation of the Recognition, Preferences and Quality Factors on Sauce, *Journal of the East Asian Society of Dietary Life*, 12(3), 197~209, 2002.