

시판 한국 전통음료제품의 품질에 대한 기대치와 만족도 비교(IPA)

이 연 정
경주대학교 외식조리과

Comparison of the Importance and Performance(IPA)
of the Quality of Korean Traditional Commercial Beverages

Yeon-Jung Lee
Department of Food service management and Culinary, Gyeongju University

Abstract

The purpose of this study was to provide useful information for establishing efficient marketing direction by investigating the performance (satisfaction) and importance for the quality of Korean traditional commercial beverages. The subjects were 320 participants (130 males and 190 females) in Daegu and Kyungpook. The importance and satisfaction score of Korean traditional commercial beverages were measured on a five-point Likert scale. The results are summarized as follows. The overall satisfaction score on Korean traditional commercial beverages was 2.96 points. The beverages with the highest satisfaction scores were 'green tea' (3.48 points) 'shickhae' (3.35 points) and 'rice tea' (3.34 points) whereas 'ppongip tea' (2.58 points) 'gugija tea' (2.63 points) and 'gukhwa tea' (2.64 points) scored lowly. From the analysis of the difference between importance and performance of Korean traditional commercial beverages, importance (3.11 points) was rated much higher than performance (3.66 points). In the IPA result, it was important to continuously maintain 'taste', 'hygiene', 'freshness', 'period of circulation', 'wrapping condition' etc. Some items such as 'nutrition', 'safety', 'health', and 'ingredient' did not need intensive care and operation.

Key words : traditional beverage, quality, IPA, satisfaction, importance

1. 서 론

한 나라의 고유한 식생활 풍습은 그 민족이 거쳐 온 정치적, 경제적, 사회적, 시대적 배경의 영향을 받으면서 형성되어 왔다. 따라서 한 민족의 식생활에 담겨진 문화성은 그 민족 생활의 유적이고 민족문화의 한 척도일 수 있다(Yoon SS 1987). 음료문화 역시, 그 민족의 사회·역사적 배경과 자연 조건에 의해 영향을 받

고 서민 생활의 지혜가 작용하여 형성, 발달되어 왔다. 세계적으로 유명한 음료들은 그 나라를 대표하는 문화 전파로까지 연계되어 단지 하나의 음료가 아닌 경제, 문화로 확산되고 있으며, 그 예로 미국의 콜라, 영국의 홍차, 일본의 말차, 중국의 우롱차 등은 자기 나라를 대표하는 전통소재 음료로 발달되어 전 세계에 전파되며 국가 수익에도 많은 기여를 하고 있다(Jo WH 2001).

우리나라는 예로부터 도처에 솟아나는 양질의 감천수가 풍부하여 습관성 기호음료 대신 천연의 감천수를 즐겨 왔으며(Lee SW 1997), 한두 가지의 습관성 음료를 상용하는 대신 음료에서 기호와 건강을 동시에 충족할 수 있는 약이성 음료와 향미성 음료의 다양한 음

Corresponding author: Yeon-Jung Lee, Gyeongju University, San, 42-1
Hyohyun-dong, Gyeongju 780-712, Korea
Tel : 82-54-770-5372
Fax : 82-54-748-8568
E-mail : yeonjung@kju.ac.kr

료문화를 발달시켰다(Kang IH 1984).

음료라 하면 물을 비롯하여 탄산음료, 발효음료, 차잎을 추출한 차음료, 과실을 즙을 내거나 우려낸 과즙음료가 있는데, 우리나라의 전통음료는 종류, 형태, 조리법이 매우 다양하며 예로부터 차, 화채, 밀수, 식혜, 수정과, 탕, 갈수, 숙수, 즙 등으로 구분되어 일상식, 절식, 제례, 연회식 등에 흔히 사용되었다(Kim MR 2001).

최근 녹차, 매실차, 유자차, 꿀차, 홍차, 수정과, 식혜 등의 전통음료제품에 대한 국내시장의 꾸준한 수요증대가 일어나고 있고 그 제품의 용기모양도 캔, 티백, 유리병, PET병 등 다양하다. 뿐만 아니라 대추, 오미자, 구기자, 등글레, 인삼, 영지 등을 활용한 한방음료 제품이 건강보조적인 상품으로서 소비자들에게 인기를 모으고 있다.

그러나 이러한 전통음료부문의 앞서가는 활성화에 비하여 전통음료의 대중화를 위한 산업적 제조 공정이 일부 업체를 제외하고는 기대만큼 확립되어 있지 않기 때문에 품질이 균일하게 유지되지 못하고 있으며 덤핑 사례 등 가격구조를 포함한 유통문제에도 적지 않은 문제점이 나타나고 있다. 앞으로 한국의 전통음료가 견고한 시장을 형성하려면 효율적인 생산, 판매관리를 이루면서 선의의 경쟁으로 지속적인 품질 개선 노력이 추진되어야 할 것이다.

또한 이를 식품 과학적으로 뒷받침해줄 수 있는 체계적인 연구가 절실한 시점이며 전통음료 제품을 개발하고 상품화를 해야 할 당위성에 대한 근거를 분명하게 확립할 필요가 있다. 즉 단순히 우리의 전통식품이기 때문이라기보다 식품산업의 발전과 기술축적이라는 측면에서 살펴보아야 하겠다. 끊임없이 변화되고 있는 식생활 문화에 대처하고 올바른 식생활이 유지될 수 있도록 식품가공기술을 우리의 것으로 토착화시켜야 한다. 앞으로는 기술 없이 발전이라고 하는 것은 기대할 수 없으며 고부가가치의 창출은 더욱 불가능할 것이다.

음료시장이 확대됨에 따라 전통적으로 가정에서 제조하여 마셔왔던 우리의 전통음료가 산업화와 더불어 편의화되어 대량 생산 유통됨으로써 일반인들이 쉽게 접하여 마시게 되었다. 그러나 편의화된 전통음료가 국내에서 경쟁력을 갖추고, 또한 세계화되기 위해서는 현 시점에서 편의화된 전통음료에 대한 소비자들의 만

족도나 품질 측면에서 재평가를 해볼 필요가 있다고 생각된다.

지금까지의 음료와 관련한 연구들은 음료자체의 제조 및 가공에 관한 연구(Suh HJ 등 1997, Cho KY 1989, Gao YT 등 1994, Lee CH 등 1991, Choi OJ 등 2003)나 성분이나 저장에 관한 연구(Ko YS 등 1985, Yook C 등 1990, Kim SD 등 1981, Kim MS 등 1999)가 대부분이고 이용고객을 대상으로 만족도나 음료품질속성에 대한 평가를 조사한 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구는 시판되고 있는 전통음료를 이용하는 고객을 중심으로 전통음료의 품질속성에 대한 중요도와 만족도를 조사하여 향후 시판 전통음료의 효율적인 매출증대를 위한 시사점 제공과 아울러 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1) 조사대상 및 기간

본 연구는 대구, 경북 지역에 거주하는 20대에서 60대 사이의 성인을 대상으로 2005년 4월 1일부터 4월 30일까지 한 달간에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 이때, 예비조사에서 전통음료의 섭취경험이 낮게 나타난 10대는 포함하지 않았으며, 본 조사에서 총 400부의 설문지를 배포하여, 총 350부의 설문지를 회수하였으며 회수한 설문지 중에서 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외한 320부의 설문지를 분석에 활용하였다.

2) 조사내용

조사에 사용된 설문지는 선행 연구자의 연구(Lee HJ 등 2001, Choi MS 등 2002, Jo WH 2001, Kim KH 등 2002)를 토대로 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 본 연구의 조사내용은 세 부분으로 구성하였다. 첫째, 조사대상자의 일반사항으로 성별, 연령, 학력, 월평균소득, 직업 등 총 5문항으로 구성하였다. 둘째, 시판전통음료에 대한 만족도를 측정하기 위하여 선행연구를 참조하여 선정된 녹차, 홍차, 꿀차, 식혜, 수정과, 쌀음료, 유자차, 모과차, 생강차, 국화차, 대추차, 인삼차, 울무차,

쌍화차, 매실차, 뽕잎차, 구기자차, 오미자차, 등글레차, 미숫가루 등 20개의 시판 전통음료에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다. 이때 매우 만족한다 5점, 만족한다 4점, 보통이다 3점, 만족하지 않는다 2점, 전혀 만족하지 않는다 1점으로 계산하였다. 셋째, 시판전통음료의 품질 속성에 대한 중요도와 실행도를 측정하기 위하여 선행연구(Kang YW 1999, Lee AJ 등 2003, Kim KY 등 2000, Go GD 등 2003, Cadott ER 등 1988)의 검토를 통해 추출된 맛, 양, 향, 가격, 영양, 위생, 색상, 온도, 기능성, 안전성, 계절성, 건강성, 신선도, 갈증해소, 성분표시, 유통기한, 포장상태, 포장용기 모양 등의 음료 품질속성 18문항에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

3) 자료의 분석

자료의 통계처리는 SPSS 11.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 빈도분석, 기술분석(descriptive statistics), t-test, ANOVA 등을 실시하였으며, 전통음료의 품질에 대한 대응표본 t-test 실시와 IPA 그래프를 작성하기 위하여 IPA(Importance-Performance Analysis)와 EXCEL 프로그램을 이용하였다.

이때, IPA는 여러 품질 속성들의 상대적인 중요도와 실행도를 보여주는 과정으로 이 분석은 이용객 만족도를 측정하기 위하여 우선 이용객이 어떤 속성을 중요하게 여기는 지를 조사한 뒤 이용 후에는 실행도를 이용객 스스로가 평가하게 하여, 각각의 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 기법이다. IPA(중요도-실행도)는 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있기 때문에 시간과 비용의 한계를 안고 있는 실무 담당자에게 매우 유용하다. 본 연구에서는 시판전통음료에서 얻고자 하는 속성들에 대한 현실적 관리방안을 제공하기 위해

Fig. 1에서와 같이 각 변수의 중요도와 실행도의 평균값을 이용하여 IPA 격자에 표시하였다. IPA(중요도-실행도)는 중심점(평균)을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 그 위치에 따라 의미를 부여하며 다음과 같이 표시된다.

첫째, 제1사분면(좋은 성과 지속유지 : keep up the good work)은 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 실행도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 제2사분면(과잉노력지양 : possible overkill)은 이용자들이 중요하게 생각하고 있지 않는 평가속성에 대해 실행도가 과잉되게 나타난 상태로 실행도를 줄이거나 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 할 것이다.

셋째, 제3사분면(낮은 중요도 : low priority)은 이용자들의 평가속성에 대한 중요도를 낮게 평가하고 있고 실행도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들이다.

넷째, 제4사분면(노력집중화의 지향 : concentrate here)은 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 실행도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성들이다.

이렇듯 IPA(중요도-실행도) 분석의 유용성은 바로 우선순위의 항목을 도출해 내는 것이다. 중요도와 실행도 매트릭스는 정해진 인력과 예산으로 해결해야 될 사항을 결정하는 데, 유용한 정보를 제공하며, '집중' 면에 속한 항목들이 개선의 우선 대상이 된다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 일반적 특성은 Table 1에서 보는 바와 같이 성별로는 여자가 59.4%(190명), 남자가 40.6%(130명)이었다. 연령층으로는 20대가 가장 많은 35.3%(113명)이었고, 그 다음으로 30대가 31.6%, 40대가 25.3%, 50대가 7.8%로 나타났다. 직업유형별로는 주부가 41.3%로 가장 많았으며, 그 다음은 학생 31.3%, 회사원 13.2%, 전문직 8.1%, 기타 5.2% 등의 순이었다. 월평균소득별로는 100만원미만이 34.7%로 가장 많았으며, 그 다음은 300만원이 20.3%, 150-199만원이

		Performance (High)			
		Possible overkill (2nd Section)	Keep up the Work (1st Section)		
Importance (Low)		Low Priority (3rd Section)	Concentrate Here (4th Section)	Importance (High)	
			Performance (Low)		

Fig. 1. Importance-Performance Analysis Matrix
Source : Martilla et al(1977), Kim SS · Im JM · Lee HR(2001)

15.3% 등의 순으로 조사되었다.

2. 시판 전통음료에 대한 만족도

1) 성별에 따른 시판 전통음료의 종류별 만족도

조사대상자들의 성별에 따른 시판 한국 전통음료의 각 종류별 만족도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과는 Table 2에서 보는 바와 같다. 20개의 시판 한국 전통음료의 평균 만족도는 5점 만점에 2.96점으로 보통이하의 만족도를 보였다. 종류별로는 녹차(3.48점)에 대한 만족도가 가장 높았고 그 다음은 식혜(3.35점), 쌀음료(3.34점), 유자차(3.20점), 매실차(3.16점) 등의 순이었다. 반면에 뽕잎차(2.58점)에 대한 만족도가 가장 낮았고 구기자차(2.63점), 국화차(2.64점), 쌍화차(2.70점)와 오미자차(2.70점) 등에 대한 만족도도 낮게 나타났다.

성별에 따라서는 홍차, 꿀차, 식혜, 쌀음료, 모과차, 생강차, 국화차, 뽕잎차, 구기자차, 오미자차, 둥굴레차 등에 대한 만족도가 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다으며, 남자는 여자보다 홍차(남자 3.32점, 여자 3.00점, $p<0.001$), 꿀차(남자 3.22점, 여자 2.93점, $p<0.001$), 식혜(남자 3.50점, 여자 3.25점, $p<0.05$), 쌀음료(남자 3.46점, 여자 3.26점, $p<0.05$) 등에 대한 만족도

가 높은 반면에, 여자는 남자보다 모과차(남자 2.68점, 여자 2.87점, $p<0.05$), 생강차(남자 2.59점, 여자 2.78점, $p<0.05$), 국화차(남자 2.52점, 여자 2.72점, $p<0.05$), 뽕잎차(남자 2.48점, 여자 2.66점, $p<0.05$), 구기자차(남자 2.45점, 여자 2.76점, $p<0.001$), 오미자차(남자 2.58점, 여자 2.78점, $p<0.05$), 둥굴레차(남자 2.82점, 여자 3.04점, $p<0.05$) 등에 대한 만족도가 높게 나타나 성별에 따른 유의한 차이를 보였다. 본 조사 결과, 시판 전통음료에 대한 조사대상자들의 만족도가 보통이하로 낮게 나타났으므로 그 만족도를 높일 수 있는 다각적인 방안 연구가 요구된다고 여겨지며, 특히 뽕잎차, 구기자차, 국화차, 쌍화차, 오미자차 등에 대한 연구가 더욱 많이 이루어져야 할 것으로 여겨진다.

2) 연령에 따른 시판 전통음료의 종류별 만족도

조사 대상자들의 연령에 따른 시판 한국 전통음료에 대한 만족도를 조사한 결과는 Table 3에서 보는 바와 같이 녹차($p<0.01$), 홍차($p<0.001$), 꿀차($p<0.01$), 식혜($p<0.001$), 쌀음료($p<0.001$), 유자차($p<0.05$), 울무

Table 1. General characteristics of the subjects

Variable	Group	N(%)
Gender	Male	130(40.6)
	Female	190(59.4)
	Total	320(100.0)
Age(yr)	20-29	113(35.3)
	30-39	101(31.6)
	40-49	81(25.3)
	≥50	25(7.8)
	Total	320(100.0)
Occupation	Student	100(31.3)
	Housewife	132(41.3)
	Professional	26(8.1)
	Salaried Person	42(13.1)
	Others	20(5.2)
	Total	320(100.0)
Monthly income (10,000 won)	≤100	111(34.7)
	101~150	39(12.2)
	151~200	49(15.3)
	201~250	29(9.1)
	251~300	27(8.4)
	≥301	65(20.3)
Total	320(100.0)	

Table 2. The satisfaction score on Korean traditional commercial beverage by gender

Variables	Gender		Total	t-value
	Male	Female		
green tea	3.50±0.77	3.46±0.83	3.48±0.80	0.40
black tea	3.32±0.71	3.00±0.86	3.13±0.82	3.67***
honey tea	3.22±0.79	2.93±0.79	3.05±0.80	3.31***
shickhae	3.50±0.92	3.25±0.87	3.35±0.89	2.42 [†]
sujunggwa	3.13±0.88	2.99±0.84	3.05±0.86	1.43
rice tea	3.46±0.86	3.26±0.83	3.34±0.85	2.10 [†]
yuja tea	3.24±0.85	3.17±0.79	3.20±0.81	0.75
mogwa tea	2.68±0.75	2.87±0.79	2.79±0.78	-2.26 [†]
saenggang tea	2.59±0.75	2.78±0.79	2.71±0.78	-2.19 [†]
gukhwa tea	2.52±0.76	2.72±0.80	2.64±0.79	-2.24 [†]
daechu tea	2.82±0.88	2.82±0.82	2.82±0.84	0.08
insam tea	2.80±0.87	2.82±0.85	2.81±0.85	-0.22
yulmu tea	3.06±0.91	3.06±0.81	3.06±0.85	0.04
ssanghwa tea	2.69±0.84	2.70±0.78	2.70±0.81	-0.08
maesil tea	3.15±0.99	3.16±0.87	3.16±0.92	-0.16
ppongip tea	2.48±0.81	2.66±0.83	2.58±0.83	-1.93 [†]
gugija tea	2.45±0.78	2.76±0.92	2.63±0.88	-3.33***
omiya tea	2.58±0.87	2.78±0.86	2.70±0.87	-2.05 [†]
dunggulre tea	2.82±0.94	3.04±0.89	2.95±0.91	-2.12 [†]
misitgaru	3.06±1.09	3.11±0.92	3.09±0.99	-0.43
Total	2.95±0.49	2.97±0.50	2.96±0.50	-0.24

* $p<0.05$, *** $p<0.001$

차(p<0.01), 미숫가루(p<0.001) 등에 대한 만족도는 20대가 가장 높은 만족도를 보인 반면에, 모과차(p<0.001), 쌍화차(p<0.001), 국화차(p<0.001), 대추차(p<0.01), 구기자차(p<0.001) 등에 대한 만족도는 50대 이상이 가장 높은 만족을 보여 대조를 이루었다. 대체로 나이가 드신 연령층은 맛보다는 건강과 기능성이 알려진 모과차, 쌍화차, 국화차, 대추차, 구기자차 등에 대한 만족이 높고 젊은 연령층은 맛이 나는 식혜, 쌀음료, 유자차, 울무차, 미수가루 등이나 이미 그 기능성이 잘 알려져 향이나 기호가 적용된 녹차나 홍차 등에 대한 만족이 높은 것을 알 수 있다. 한편 Han ES 등(2004)의 여성의 연령에 따른 한국 전통음료 선호도 조사에서 음료의 맛에 대한 현 상태의 만족도가 전 연령층에서 낮게 나타나 맛 개선이 요구된다고 보고하였는데 본 연구결과와 종합해 볼 때, 향후 연령별 기호 만족도를 고려한 다양한 음료 개발이 필요하다고 여겨진다.

3. 시판 전통음료 품질에 대한 중요도와 만족도

- 1) 성별에 따른 시판 전통음료 품질에 대한 중요도
- 성별에 따른 시판 전통음료의 품질에 대한 중요성

인식을 분석한 결과는 Table 4와 같다. 성별에 따라서 남자는 여자보다 ‘맛’(남자 4.20점, 여자 3.68점, p<0.001), ‘양’(남자 3.55점, 여자 3.23점, p<0.001), ‘향기’(남자 3.81점, 여자 3.48점, p<0.001), ‘가격’(남자 3.80점, 여자 3.46점, p<0.001), ‘영양’(남자 3.86점, 여자 3.58점, p<0.05) ‘위생’(남자 4.13점, 여자 3.75점, p<0.001) 등에 대한 중요성의 인식이 높은 반면에, 여자는 남자보다 ‘색’(남자 3.12점, 여자 3.37점, p<0.01), ‘성분표시’(남자 3.60점, 여자 3.85점, p<0.05) 등에 대한 중요성의 인식이 높게 나타나 성별에 따른 유의한 차이를 보였다. 또한 남자는 시판 전통음료의 품질로 ‘맛(4.20점)’이 가장 중요하고 그 다음은 ‘위생(4.13점)’, ‘유통기한(4.05점)’, ‘신선(4.04점)’, ‘건강(3.95점)’, ‘포장상태(3.89점)’ 등의 순으로 높게, 반면에 ‘색(3.12점)’, ‘용기모양(3.38점)’, ‘기능(3.38점)’, ‘온도(3.45점)’ 등은 상대적으로 낮게 중요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 여자는 ‘유통기한(3.92점)’이 가장 중요하고 그 다음은 ‘성분표시(3.85점)’, ‘포장상태(3.84점)’, ‘신선(3.83점)’, ‘건강(3.77점)’ 등의 순으로 높게, 반면에 ‘양(3.23점)’, ‘색(3.37점)’, ‘용기모양(3.43점)’, ‘기능(3.47점)’ 등

Table 3. The satisfaction score on Korean traditional commercial beverage by age

Variables	Age				F
	20-29	30-39	40-49	≥50	
green tea	3.64±0.86 ^a	3.50±0.66 ^{ab}	3.25±0.86 ^d	3.44±0.77 ^{ab}	3.85 ^{**}
black tea	3.36±0.85 ^a	3.12±0.71 ^{ab}	2.89±0.84 ^d	2.92±0.76 ^{ab}	6.28 ^{***}
honey tea	3.23±0.87 ^a	3.07±0.70 ^{ab}	2.83±0.77 ^d	2.80±0.76 ^d	5.22 ^{**}
shickhae	3.68±0.93 ^a	3.25±0.90 ^b	3.05±0.77 ^d	3.28±0.61 ^d	9.41 ^{***}
sujunggwa	3.12±0.92	3.06±0.83	2.93±0.82	3.04±0.84	0.84
rice tea	3.55±0.96 ^a	3.31±0.77 ^{ab}	3.06±0.75 ^d	3.44±0.65 ^a	5.57 ^{***}
yuja tea	3.34±0.85 ^a	3.20±0.85 ^{ab}	3.00±0.71 ^d	3.20±0.71 ^{ab}	2.74 [*]
mogwa tea	2.57±0.67 ^b	2.99±0.85 ^a	2.80±0.73 ^{ab}	3.00±0.82 ^a	6.27 ^{***}
saenggang tea	2.48±0.73 ^b	2.80±0.79 ^a	2.83±0.77 ^a	2.96±0.79 ^a	5.48 ^{***}
gukhwa tea	2.46±0.74 ^b	2.73±0.80 ^b	2.63±0.70 ^b	3.12±0.85 ^a	5.72 ^{***}
daechu tea	2.64±0.82 ^b	3.01±0.84 ^a	2.77±0.79 ^{ab}	3.04±0.98 ^a	4.27 ^{**}
insam tea	2.66±0.84	2.87±0.86	2.89±0.85	3.00±0.87	1.94
yulmu tea	3.23±0.94 ^a	3.02±0.76 ^{ab}	2.83±0.77 ^d	3.20±0.91 ^a	3.92 ^{**}
ssanghwa tea	2.58±0.87	2.70±0.73	2.78±0.74	2.96±0.93	2.04
maesil tea	3.26±0.99	3.15±0.89	3.04±0.90	3.12±0.73	0.92
ppongip tea	2.43±0.86	2.65±0.75	2.65±0.87	2.76±0.72	2.08
gugija tea	2.42±0.86 ^b	2.71±0.84 ^b	2.69±0.86 ^b	3.12±0.88 ^a	5.53 ^{***}
omija tea	2.57±0.91	2.74±0.83	2.74±0.88	2.96±0.80	1.78
dunggulre tea	2.93±0.98	3.00±0.91	2.91±0.87	2.92±0.81	0.17
misitgaru	3.41±0.89 ^a	2.94±0.89 ^b	2.93±0.85 ^b	2.80±0.71 ^b	6.40 ^{***}
Total	2.98±0.49	2.99±0.49	2.87±0.52	3.05±0.47	1.28

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

은 상대적으로 낮게 중요하다고 인식하는 것으로 나타났다.

2) 성별에 따른 시판 전통음료 품질에 대한 만족도
 성별에 따른 시판 전통음료의 품질에 대한 만족도를 분석한 결과는 Table 5와 같다. 성별에 따라서 전반적으로 남자(3.22점)가 여자(3.04점)보다 높은 만족도를 보이는 것으로 나타났으며($p < 0.001$), 항목별로 자세히 보면, 남자는 여자보다 '맛'(남자 3.45점, 여자 3.13점, $p < 0.001$), '양'(남자 3.23점, 여자 3.06점, $p < 0.05$), '가격'(남자 3.08점, 여자 2.82점, $p < 0.01$), '위생'(남자 3.35점, 여자 3.01점, $p < 0.001$), '안전'(남자 3.29점, 여자 2.96점, $p < 0.001$) '건강'(남자 3.28점, 여자 2.97점, $p < 0.001$), '유통기한'(남자 3.38점, 여자 3.08점, $p < 0.01$) 등에 대한 만족이 높게 나타났다. 또한 남자는 시판 전통음료의 품질로 '맛(3.45점)'을 가장 만족한다고 응답하였으며 그 다음은 '유통기한(3.38점)', '위생(3.35점)', '포장상태(3.32점)', '안전(3.29점)' 등의 순으로 높게, 반면에 '갈증해소(3.04점)', '색(3.05점)', '영양(3.06점)', '가격(3.08점)' 등은 상대적으로 낮은 만족도를 보

이는 것으로 나타났다. 여자는 '포장상태(3.24점)'에 대해 가장 만족한다고 응답하였고 그 다음은 '계절성(3.16점)', '온도(3.16점)', '맛(3.13점)', '용기모양(3.10점)' 등의 순으로 높게, 반면에 '가격(2.82점)', '영양(2.88점)', '갈증해소(2.94점)', '안전성(2.96점)' 등은 상대적으로 낮은 만족도를 보이는 것으로 나타났다.

3) 시판 전통음료 품질에 대한 중요도와 만족도 간의 쌍체 t-검증

시판 전통음료의 품질에 대해 중요하다고 인지하는 품질속성과 이용후의 만족도 간에 어떠한 유의적인 차이가 있는지를 밝히기 위해 쌍체 t-검증을 실시한 결과는 Table 6과 같다.

전체적으로 시판 전통음료의 품질에 대한 중요도는 전체평균이 3.66점이고, 만족도는 3.11점으로 만족수준이 기대수준에 미치지 못하고 있는 것으로 나타나 ($p < 0.001$) 시판 전통음료의 품질 개선이 전반적으로 이루어져야 함을 알 수 있었다. 항목별로 자세히 보면, 중요도는 '유통기한(3.97점)'이 가장 높게 나타났고, 그 다음은 '신선(3.91)', '위생(3.90)', '맛(3.89)', '포장

Table 4. The importance score on the quality of Korean traditional commercial beverage by gender

Variable	Gender		t-value
	Male	Female	
Taste	4.20±0.84	3.68±0.87	5.37***
Portion	3.55±0.86	3.23±0.66	3.66***
Odor	3.81±0.86	3.48±0.86	3.30***
Price	3.80±0.90	3.46±0.97	3.23***
Nutrition	3.86±0.98	3.58±0.99	2.35*
Hygiene	4.13±0.94	3.75±0.89	3.22***
Color	3.12±0.79	3.37±0.89	-2.60**
Temperature	3.45±0.97	3.53±0.89	-0.80
Functionality	3.38±0.80	3.47±0.92	-0.84
Safety	3.85±0.94	3.70±0.92	1.29
Season	3.54±0.96	3.65±0.86	-1.11
Health	3.95±0.96	3.77±0.91	1.54
Freshness	4.04±0.94	3.83±0.99	1.87
Relieve thirst	3.53±0.99	3.54±0.97	-0.10
Ingredient	3.60±0.91	3.85±0.99	-2.13*
Period of circulation	4.05±0.98	3.92±0.98	1.05
Condition of package	3.89±0.96	3.84±0.97	0.46
Shape of container	3.38±0.91	3.43±0.93	-0.40
Total mean	3.73±0.59	3.62±0.67	1.56

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

Table 5. The satisfaction score on the quality of Korean traditional commercial beverage by gender

Variable	Gender		t-value
	Male	Female	
Taste	3.45±0.76	3.13±0.67	3.92***
Portion	3.23±0.69	3.06±0.59	2.27*
Odor	3.26±0.86	3.08±0.69	2.04
Price	3.08±0.86	2.82±0.81	2.68**
Nutrition	3.06±0.83	2.88±0.87	1.88
Hygiene	3.35±0.80	3.01±0.91	3.58***
Color	3.05±0.65	3.10±0.72	-0.69
Temperature	3.29±0.76	3.16±0.78	1.53
Functionality	3.13±0.75	2.97±0.79	1.78
Safety	3.29±0.77	2.96±0.82	3.72***
Season	3.23±0.65	3.16±0.83	0.88
Health	3.28±0.79	2.97±0.91	3.30***
Freshness	3.26±0.77	3.09±0.82	1.89
Relieve thirst	3.04±0.86	2.94±0.77	1.05
Ingredient	3.10±0.80	2.98±0.88	1.26
Period of circulation	3.38±0.90	3.08±0.89	2.87***
Condition of package	3.32±0.81	3.24±0.77	0.91
Shape of container	3.17±0.80	3.10±0.75	0.79
Total mean	3.22±0.47	3.04±0.50	3.31***

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

(3.86)', '건강(3.84)', '안전(3.75)' 등의 순으로 중요도가 높게 나타난 반면에, '양(3.35)', '색상(3.26)' 등은 상대적으로 낮은 중요성 인식을 나타냈다. 만족도는 '포장(3.27)'이 가장 높게 나타났고, 그 다음은 '맛(3.26)', '온도(3.21)', '유통(3.20)', '계절(3.18)'의 순으로 높게 나타난 반면에, '영양(2.95)', '가격(2.92)' 등에서는 상대적으로 낮은 만족수준을 보였다. 한편 중요도(기대수준)와 만족도(지각수준)간의 차이를 분석한 결과, '유통기한'이 0.77점으로 가장 높게 나타나 '유통기한'이 기대수준에 비해 가장 만족도가 낮은 품질속성으로 조사되었고, 그 다음은 '신선'(0.76점), '건강'(0.75점), '위생'(0.75점), '영양'(0.74점) 등의 순이었다. 반면에 '색'이 0.19점으로 가장 적은 차이를 보였고, 그 다음은 '양'(0.22점), '용기모양'(0.28점), '온도'(0.28점) 등의 순으로 차가 적은 것으로 나타났다. 따라서 시판 전통음료의 품질을 개선함에 있어서 색, 양, 용기모양이나 온도 등의 품질 개선보다는 유통기한, 신선, 건강, 위생, 영양 등에 대한 개선의 노력이 보다 더 확대되어야 할 것으로 보인다.

4. 시판 전통음료의 IPA(중요도-실행도) 분석

시판 전통음료의 품질에 대한 중요도와 실행도의 평균값을 이용하여 IPA분석을 실시한 결과는 Fig. 2와 같으며 Fig. 3에서 Fig. 6에 보다 더 상세하게 제시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

1) 제1사분면(좋은 성과 지속유지)

조사대상자들이 높은 중요도와 함께 실행도도 매우 높다고 응답한 시판 전통음료의 품질 속성은 Fig. 3에서 보는 바와 같이 '맛', '위생', '신선도', '유통기한', '포장상태' 등이었다. 따라서 시판 전통음료의 품질 속성 중 '맛', '위생', '신선도', '유통기한', '포장상태' 등은 조사대상자들이 매우 중요하게 여기고 있는 전통음료 품질속성이면서 현재 시판 전통음료업체에서 잘 지켜지고 있다고 만족하고 있어 시판 전통음료 제조업체는 이점을 감안하여 현재에 잘 지켜지고 있는 이들 품질수준을 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 할 것으로 생각된다.

Table 6. Paired-Sample t-test of importance and performance on the quality of Korean traditional commercial beverage

Variable	Expect (Importance)		Satisfaction (Performance)		Importance-Performance	t-value
	Mean	Ranking	Mean	Ranking		
	(Mean)					
Taste	3.89	4	3.26	2	0.63	12.06***
Portion	3.35	17	3.13	9	0.22	4.72***
Odor	3.61	10	3.15	7	0.46	9.25***
Price	3.59	12	2.92	18	0.67	10.59***
Nutrition	3.69	9	2.95	17	0.74	11.02***
Hygiene	3.90	3	3.15	8	0.75	11.97***
Color	3.26	18	3.07	13	0.19	3.78***
Temperature	3.49	14	3.21	3	0.28	5.32***
Functionality	3.43	15	3.03	14	0.40	7.10***
Safety	3.75	7	3.09	12	0.66	10.78***
Season	3.60	11	3.18	5	0.42	8.08***
Health	3.84	6	3.09	11	0.75	11.89***
Freshness	3.91	2	3.15	6	0.76	12.54***
Relieve thirst	3.53	13	2.98	16	0.55	9.71***
Ingredient	3.74	8	3.02	15	0.72	10.79***
Period of circulation	3.97	1	3.20	4	0.77	12.58***
Condition of package	3.86	5	3.27	1	0.59	10.21***
Shape of container	3.40	16	3.12	10	0.28	4.88***
Total mean	3.66		3.11		0.55	15.11***

***p<0.001

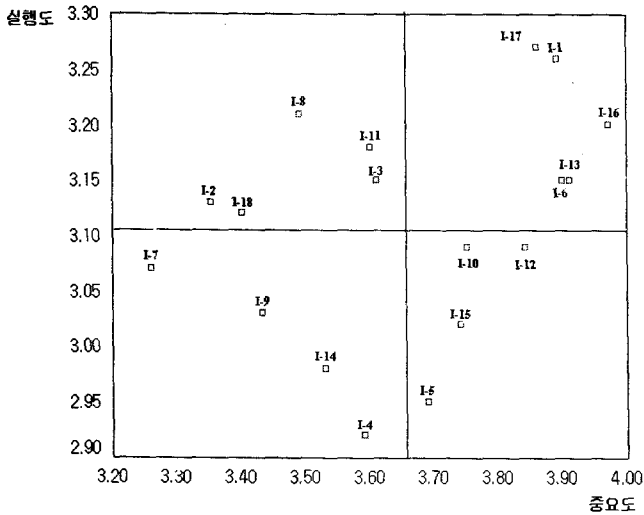
2) 제2사분면(과잉노력 지양)

조사대상자들이 시판 전통음료의 품질속성으로 그다지 중요하게 인식하고 있지 않은 반면에 제조업체의 실행도는 매우 높은 것으로 나타나 다소 시정(改善)이 요구되는 품질속성 항목은 Fig. 4에서 보는 바와 같이 '양', '향', '온도', '계절성', '포장용기모양' 등이었다. 따라서 시판 전통음료 제조업체들은 시판 전통음료의 '양'의 조절이나 향의 보강, 온도유지, 계절성 확보, 포장용기모양 등의 개발에 투입되는 비용을 늘이는데 지나친 투자는 더 이상 하지 않는 것이 바람직 할 것으로 여겨지며, 양과 용기모양의 투자보다는 오히려 질적인 부분에 더 많은 노력을 기울이는 것이 마케팅 전략상

더욱 효율적이라고 여겨진다.

3) 제3사분면(낮은 우선 순위)

시판 전통음료의 품질속성 중 조사대상자들이 그 중요도와 실행도 모두 낮게 응답해 더 이상 이들을 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 노력을 기울이 않는 것이 좋을 것으로 여겨지는 항목은 Fig. 5에서 보는 바와 같이 '가격', '색상', '기능성', '갈증해소' 등이었다. 따라서 단순히 '가격'이나 '갈증해소' 등의 마케팅전략으로는 음료의 시장 확대를 가져올 수 없는 시점에 이르렀다고 여겨지며 따라서 전통음료의 '가격', '색상', '기능성', '갈증해소' 등을 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 노력은 불필요하다고 사료된다.



I1:Taste, I2:Portion, I3:Odor, I4:Price, I5:Nutrition, I6:Hygiene, I7:Color, I8:Temperature, I9:Functionality, I10:Safety, I11:Season, I12:Health, I13:Freshness, I14:Relieve thirst, I15:Ingredient, I16:Period of circulation, I17:Condition of package, I18:Shape of container

Fig. 2. Result of importance-performance analysis of the quality of Korean traditional commercial beverage

4) 제4사분면(여기에 집중)

시판 전통음료의 품질속성 중 조사대상자들이 매우 중요하다고 느끼는 반면에 만족도(실행도)는 기대치에 미치지 못하여 우선 시급히 개선하여야 하고 집중적으로 관리하며 관심을 기울여야 할 항목으로는 Fig. 6에서 보는 바와 같이 '영양', '안전성', '건강성', '성분표시' 등이었다. 따라서 시판 전통음료 제조업체들은 '영

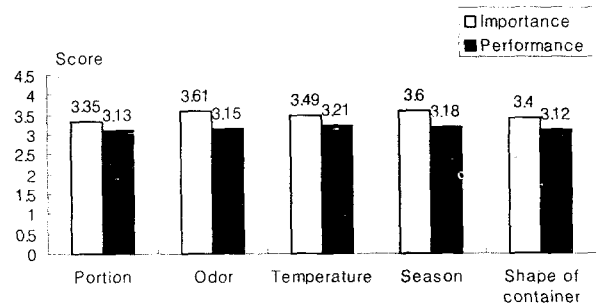


Fig. 4. The second section (possible overkill)

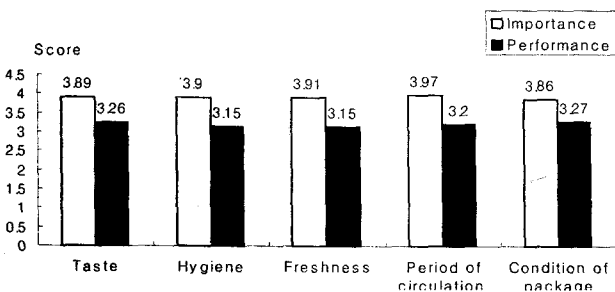


Fig. 3. The first section (keep up the work)

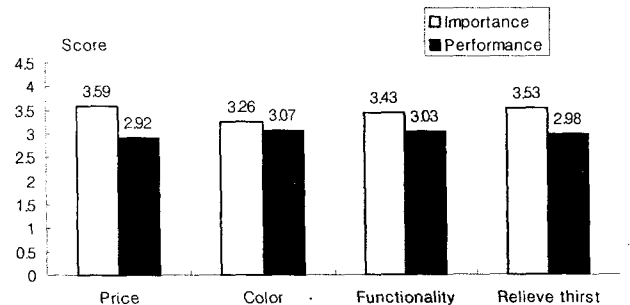


Fig. 5. The third section (low priority)

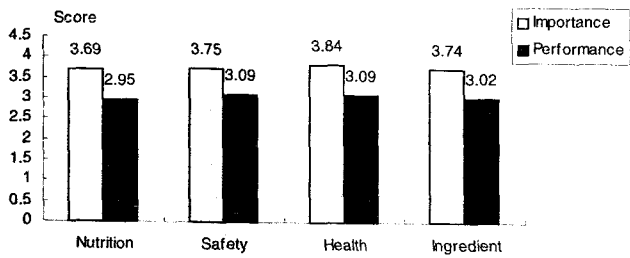


Fig. 6. The fourth section(concentrate here)

양’, ‘안전성’, ‘건강성’, ‘성분표시’ 등에 대한 집중적인 관리 및 운영을 해야 할 것으로 여겨지며, 시급히 이들 품질속성에 대한 개선과 더불어 구체적이고도 실질적인 세부 마케팅전략을 세워야 할 것으로 여겨진다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 시판 전통음료의 품질속성에 대한 중요도 및 만족도를 조사하여 향후 시판 전통음료의 효율적인 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하고자 한 것으로 다음과 같은 결과를 얻었다.

1. 시판 전통음료에 대한 만족도는 5점 만점에 2.96점이었고, 종류별로는 녹차(3.48점), 식혜(3.35점), 쌀음료(3.34점)에 대한 만족도가 높은 반면에 뽕잎차(2.58점), 구기자차(2.63점), 국화차(2.64점)에 대한 만족도는 낮게 나타났다. 성별에 따라서는 남자는 여자보다 홍차(p<0.001), 꿀차(p<0.001), 식혜(p<0.05), 쌀음료(p<0.05) 등에 대한 만족도가 높은 반면에, 여자는 남자보다 모과차(p<0.05), 생강차(p<0.05), 국화차(p<0.05), 뽕잎차(p<0.05), 구기자차(p<0.001), 오미자차(p<0.05), 등골래차(p<0.05) 등에 대한 만족도가 높게 나타났다. 연령에 따라서는 50대 이상은 맛보다는 건강과 기능이 알려진 모과차, 쌍화차, 국화차, 대추차, 구기자차 등에 대한 만족이 높은 반면에 20대의 젊은 연령층은 맛과 향이 좋은 녹차, 홍차, 식혜, 쌀음료, 유자차, 울무차, 미수가루 등에 대한 만족이 높아 대조를 이루었다.
2. 시판 전통음료의 품질에 대한 중요도를 분석한 결과, 남자는 여자보다 맛, 양, 향기, 가격, 영양, 위생 등에 대해, 여자는 남자보다 색, 성분표시 등에 대한 중요성의 인식이 높게 나타났다. 만족도는 전반

적으로 남자(3.22점)가 여자(3.04점)보다 높게 나타났으며(p<0.001), 맛, 양, 가격, 위생, 안전성, 건강, 유통기한 등에 대해 남자가 여자보다 높은 만족을 보였다.

3. 시판 전통음료의 품질속성에 대한 중요도와 만족도를 조사한 결과, 만족도(3.11점)가 중요도(기대수준, 3.66점)에 미치지 못하는 것으로 나타났으며(p<0.001), 특히 ‘유통’, ‘신선도’(0.76점), ‘건강’(0.75점), ‘위생’(0.75점), ‘영양’(0.74점) 등의 항목에서 차이가 크게 나타나 품질개선이 요구되었다.
4. 시판 전통음료의 품질에 대한 중요도와 실행도의 평균값을 이용하여 IPA분석을 실시한 결과, 조사대상자들이 매우 중요하게 여기면서 현재 잘 지켜지고 있다고 만족하고 있는 시판 전통음료의 품질속성(제 1사분면)은 ‘맛’, ‘위생’, ‘신선도’, ‘유통기한’, ‘포장상태’ 등이었고, 그다지 중요하게 인식하고 있지 않은 반면에 제조업체의 실행도는 매우 높게 나타나 다소 시정이 요구되는 품질속성 항목(제 2사분면)은 ‘양’, ‘향’, ‘온도’, ‘계절성’, ‘포장용기모양’ 등이었다. 또한 그 중요도와 실행도 모두 낮게 응답해 더 이상 이들을 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 노력을 기울이지 않는 것이 좋을 것으로 여겨지는 품질속성 항목(제 3사분면)은 ‘가격’, ‘색상’, ‘기능성’, ‘갈증해소’ 등이었고, 중요하지만 만족도(실행도)가 기대치에 미치지 못하여 집중적으로 관리해야할 품질속성 항목(제 4사분면)은 ‘영양’, ‘안전성’, ‘건강성’, ‘성분표시’ 등이었다.

본 연구 결과, 시판 전통음료에 대한 조사대상자들의 만족도가 5점 만점에 2.96점의 보통이하로 나타나 좀 더 만족수준을 높일 수 있는 다각적인 방안 연구가 요구되었고 특히, 품질측면에서 시판 전통음료 제조업체들은 ‘영양’, ‘안전성’, ‘건강성’, ‘성분표시’ 등에 대한 시급한 품질 개선과 더불어 구체적이고도 실질적인 세부 마케팅전략을 세워야 할 것으로 여겨지며 ‘맛’, ‘위생’, ‘신선도’, ‘유통기한’, ‘포장상태’ 등에 대해서도 현재의 노력을 꾸준히 잘 지켜나가는 것이 필요하다고 사료된다. 향후 시판 전통음료를 세분화하여 여러 시장 세분화 변수들 간에 비교·분석을 실시한다면 더욱 많은 시사점을 도출할 수 있을 것으로 사료되며, 각각의 음료에 대한 평가를 확장한다면 보다 구체적이고

다양한 결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

- Cadott, ER, Turgeon N. 1988. Key factor in satisfaction. *Comell H.R.A Quarterly* 28(4):45-56
- Cho KY. 1989. Studies on the extraction condition of Ssang Wha tea. *Korean J Food Sci Technol* 18(1):34-39
- Choi MS, Jung EH, Hyun TS. 2002. Perception and preference of korean traditional foods by elementary school students in Chungbuk province -traditional holiday food, rice cake, non-alcoholic beverage. *Korean J Dietary Culture* 17(4): 399-410
- Choi OJ, Ghoi KH. 2003. The physicochemical properties of korean wild teas (green tea, semi-fermented tea, and black tea) according to degree of fermentation. *Korean Soc Food Sci Nutr* 32(3):356-362
- Gao YT, McLaughlin JK, Blot WJ, Ji BT, Dai Q, Fraumeni JF. 1994. Reduced risk of esophageal cancer associated with green tea consumption. *J Natl Cancer Inst* 86:855-858
- Go GD, Na TG, Lee DG. 2003. A study on promotion menu of hotel restaurant and customers' choice attribute. *Korean J Culinary Research* 9(3):55-72
- Han ES, Rho SN. 2004. An analysis of consumption and preferences of the Korean traditional drinks by women in different age groups. *J East Asian Soc Dietary Life* 14(5):397-406
- Jo WH. 2001. Development trend and desirable development direction of traditional material beverage. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 17(6):651-655
- Kang IH. 1984. A customs of korean dietary life. Samyoungsa. pp 88-89
- Kang YW. 1999. A verification study on menu satisfaction of hotel restaurant customers Kyung Hee University Graduate School. Master's degree Thesis
- Kim KH, Cho MS. 2002. A study on determination factors for traditional food development in Jeju. *Korean J Tourism & Culture* 4(1):115-138
- Kim KY, Lee SH. 2000. A study on the menu composition factors for management activation of hotel & restaurant. *J Food service Management* 3(1):5-21
- Kim MR. 2001. Korean traditional convenience beverage and cookery science. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 17(6): 657-700
- Kim MS, Hahn TR, Yoon HH. 1999. Saccharification and sensory characteristics of Sikhe made of pigmented rice. *Korean J Food Sci Technol* 31(3):672-677
- Kim SD, Do JH, Oh HI, Lee SJ. 1981. Effects of processing methods on the quality of ginseng leaf tea. *Korean J Food Sci Technol* 13(4):267-272
- Ko YS, Lee IS. 1985. Quantitative analysis of free amino acids and free sugars in steamed and roasted green tea by HPLC. *Korean Soc Food Sci Nutr* 14(3):301-304
- Kwon HY, Yoon SK. 1995. Studies on the storage stability of Andong Sikhe. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 11(3): 287-294
- Lee AJ, Park DH, Park JW. 2003. Effect of the service quality of food service industry on customer satisfaction, revising intention and oral transmitting intention. *Korean J Hospitality Administration* 12(1):191-213
- Lee CH, Kim SY. 1991. Literature review on the korean traditional non-alcoholic beverages : I. Types and processing methods. *Korean J Dietary Culture* 6(1):43-54
- Lee HJ, Sohn KH, Lee MJ. 2001. Analysis study on various factors related to perception of traditional beverage. *Korean J Dietary Culture* 16(5):483-491
- Lee SW. 1984. Korean food culture history. Kyomunsa Publishing Company
- Suh HJ, Chung SH, Whang JH. 1997. Characteristics of Sikhe produced with malt of naked barley, covered barley and wheat. *Korean J Food Sci Technol* 29(4):716-721
- Yook C, Whang YH, Pek UH, Park KH. 1990. Preparation of Shikhae with starch hydrolysing enzymes / malt mixture in tea - bag. *Korean J Food Sci Technol* 22(3):296-299
- Yoon SS. 1987. A study on the history of korean food. ShinKwang Publishing Company. p16

(2005년 8월 24일 접수, 2005년 10월 20일 채택)