

## 떡 카페 메뉴에 대한 고객선호도 요인이 메뉴 만족에 미치는 영향에 관한 연구

박계영<sup>¶</sup>, 전효진<sup>\*</sup>, 한명진<sup>\*\*</sup>

성화대학 호텔조리제빵과 교수, \*동서울대학 호텔외식조리정보학과 강사

\*\*서서울생활과학고등학교 조리학과 교사

## The Effects of Customers' Preference Variables on the Level of Satisfaction with the Menu at Rice Cake Cafe

Gye-Young Park<sup>¶</sup>, Hyu-Jin Jeon<sup>\*</sup>, Myung-Jin Han<sup>\*\*</sup>

*Dept. of Hotel Culinary & Bakery, College of SungHwai*

*\*Lecturer, Dept. of Major of Foodservice Management & Culinary Information, Dong Seoul College*

*\*\*Teacher, Dept. of Culinary Science, Seo-Seoul Life Science High School*

### Abstract

This study investigates the level of customers' preferences for the menu at rice cake cafes. The study aims at examining the potential of restaurants with rice cake dishes and suggesting the ways to contribute to the potential. For this study, various rice cake cafes in Seoul which were often mentioned in the Internet portal sites and mass media are selected such as Jilsilu, Midan, Yaemunbyeonggwa, and Howeondang. Some of the customers in these rice cake cafes from August 16th to 26th in 2005 are the participants in this study. Using Windows SPSS 11.0 for statistical analysis, the validity of the items in the questionnaire is tested through Cronbach's Alpha which also reveals the internal reliability. Variables are analysed to eliminate less important variables. In order to examine the differences between groups by norm population profiles, *t*-test and ANOVA are conducted. For obtaining the degree of impact of rice cake cafe preference variables on the satisfaction in the rice cake cafe, regression analysis is carried out. As a result, for preferences for dishes, 19 variables among 22 are identified and divided into four factors which are named as 1) fundamental factor, 2) external factor, 3) appearance factor, and 4) structural factor. The fundamental factor, external factor, appearance factor, and structural factor are all significantly influential to the level of satisfaction with the menu, yet the fundamental factor is the most powerful factor among them.

**Key words** : rice cake cafe, customer, preference, satisfaction.

---

¶ : 교신저자, 011-647-9452, kypark112@korea.com, 전남 강진군 성전면 월평리 224번지

## I. 서 론

최근 들어 한국 음식의 세계화와 국제화로 인하여 떡에 대한 비중은 한층 증가되고 있는 시점에 떡에 대한 연구는 떡 자체로써 꾸준하게 연구되어 오고 있다. 고객들의 욕구에 맞게 업태와 업종의 다양해지는 시기에 맞추어 전통적인 한국의 떡이 현대적인 개념의 카페의 영업 방식을 도입하여, 기존의 떡 포장을 벗어나 소량 포장 판매하는 take-out 개념의 카페로, 서양의 식재료 등 다양한 재료를 이용하여 만드는 떡 케이크 전문점으로 고객이 원하는 대로 구성해서 가지고 갈 수 있는 선물용 포장 이 다양하게 준비되어 있는가 하면, 기존의 전통 떡과 새롭게 개발된 떡의 비율은 40:60 정도로 전통과 modern함을 함께 공유하면서 고객 또한 외식 시장에서 반응이 빠른 젊은 신세대로 흘러가고 있는 추세이다.

그러나 떡에 관한 대부분의 연구에서는 전통적인 떡에 관한 실험 연구 분야와 상품화 개발 방안에 치우쳐져서 연구가 이루어졌으며, 이를 운영하는 레스토랑적인 차원에서의 레스토랑 선택이나 메뉴의 선택적인 접근은 부족한 상태이다.

따라서 본 연구는 현재 운영되고 있는 떡 카페의 고객을 대상으로 메뉴에 대한 선호도를 조사하고 이에 따른 메뉴 만족도에 미치는 영향을 파악하여 한국의 떡 메뉴가 레스토랑 측면에서의 가능성을 검증하고 이에 따른 메뉴에 대한 개선안을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 떡 카페의 개념

‘병’과 ‘떡’ 사이에는 아무런 연관이 없어 보이는데 우리에게 ‘떡’이라는 음이 나오게 된 이유는 ‘떡다’의 의미를 갖는 ‘食’과 여러 재료를 함께 섞는다는 의미의 ‘병(井)’ 자가 합쳐져 ‘집(集)’적인 의미를 갖게 되는 것에서 찾을 수 있다. 즉 모이는 개념인 우리 말 ‘모으다(<문다(集)>에서 파생한 ‘무더기’의 어근이 \*무덕(문+익)\*> >떡(시더구)>떡’으로 어형 변환한 것이다. 평안북도 지방의 심마니는 떡을 ‘시더구’라 하는데, 이는 중세어 ‘씩’에서 발음이 길어진 것이다. 결국 떡[餠]은 ‘뭉쳐 놓은 것’이란 뜻이다(백문식 1998).

조선 시대의 문헌인 성호사설에는 이에 관한 해석을 다음과 같이 하고 있다. 곧 ‘주례’ 주에 이르기를 “합쳐 찌는 것이 이(餌)이고, 만드는 것이 자(糞)이다.”라고 했던바, 이(餌)는 찼어 가루로 만든 다음에 반죽을 하므로 “떡으로 만든다.”고 하였다. 자(糞)는 쌀을 찌서 매에 문드러지게 치는 까닭에 “합쳐서 찌다.”고 한 것이다. 이에 덧붙여 구(糗)란 볶은 콩이고, 분이란 콩가루 의미로 찹쌀이나 기장쌀로써 먼저 가루를 만들어 볶은 콩을 엮어 만든 떡이 구이(糗餌)이며, 찹쌀과 기장쌀을 먼저 찌 쳐서

만든 다음 콩가루를 묻힌 것이 분자(粉糝)라 했다. 밀가루가 보급된 현대 이후에는 떡을 가리키는 표기가 ‘병(餅)’으로 바뀌고 있다. 떡의 주재료가 쌀에서 밀가루로 바뀌면서 ‘병’이란 새로운 표기법이 쓰이게 된 것이다. 결국 떡을 나타내는 한자는 쌀을 위주로 하여 만들었을 경우 ‘병(餅)’이라 표기한 셈이다. 여기에 따르면, 우리의 떡은 쌀을 위주로 하여 만들고 있는 만큼 ‘이(餌)’나 ‘자(糝)’에 해당한다고 보아야 마땅할 것이다. 그러나 우리는 재료에 따른 명칭상의 구별 없이 ‘떡’이라 하고, 한자어로 나타날 때는 모두 ‘병’이라는 표현으로 쓰고 있다(강인희 1997).

카페는 본래 커피라는 뜻으로 ‘커피를 파는 집’을 뜻하던 말과 커피나 술, 또는 가벼운 음식 따위를 파는 음식점을 뜻하는 의미가 있는데 프랑스어(語)로 커피(coffee)를 카페라 하는데, 이것이 ‘커피를 파는 집’이라는 뜻으로 변한 것이다. 현재 영국에서 말하는 카페는 소규모 음식점으로 가벼운 식사도 할 수 있는 간편한 식당을 뜻하는데, 다소 격식 있는 레스토랑과는 구별된다.

커피를 마시며 담소하는 공간으로 인식된 카페는 동양에 전해지면서 상업적인 의도에 따라 다소 의미가 달라졌으나, 최근 들어 카페의 개념은 영국에서 말하는 가벼운 식사와 음료를 즐길 수 있는 식당의 의미로 많이 사용되고 있다.

따라서 본 연구에서는 떡 카페란 영업 이윤을 목적으로 일정한 판매 시설을 갖추고 한국의 음청류와 한국의 떡을 중심으로 판매를 하는 간편한 식당이라 할 수 있으며, 기존의 일반적인 떡집하고는 차이가 있는 레스토랑으로 국한지어 접근하였다.

## 2. 메뉴 선호도에 관한 선행 연구

이진실(1997)은 초등학교생들의 떡과 기호도 조사에서 송편·가래떡·인절미 등을 좋아하였고, 개피떡·깨편·화전·호박떡·기주떡 등을 싫어하였다. 조사한 14가지

〈표 1〉 기존의 떡 집과 떡 카페의 차이점

	기존의 떡집	떡 카페
시설	생산시설에 치중	생산 시설+판매 시설
판매	대량 판매 위주	소량 날개 판매 위주
메뉴	대량 저가 정책	소량 고급 고가 정책
	떡 생산 판매	떡과 음청류를 함께 판매
서브 방식	주문 생산	생산 판매
투자비	규모 투자비 적음	규모 투자비 일반 레스토랑과 비슷
업장	생산 위주	판매 위주의 프랜차이즈 경향
역사	오랜 역사를 가진 떡집	최근 몇 년 사이에 창업

자료: 영업 형태와 운영에 따른 조사를 통해 논자 정리.

의 떡, 즉, 부꾸미·두텁떡·기주떡·호박떡·화전·깨편·개피떡·백설기·경단·약식·팔시루떡·인절미·가래떡·송편 중에서 알고 있다고 대답한 학생이 71.5%, 먹어본 학생이 63.7%로 나타났다. 떡은 주로 명절날에 먹는 음식으로 인식하고 있는 학생이 86.6%였으며 떡을 좋아하는 이유는 맛이 있고 몸에 좋아서, 그리고 우리나라 음식이기 때문에 좋아한다고 대답하였다.

고등학생들의 떡의 기호도를 살펴보면, 인절미·송편·가래떡·경단 등을 좋아하며, 개피떡·깨편·쇠머리떡·화전 등을 싫어하였다. 떡은 아무 때나 먹고 싶을 때 먹는 것으로 인식하고 있는 학생이 75.6%로 가장 많아 초등학생과 떡에 대한 인식의 차이를 나타내었다(이진실 1998).

대학생들의 떡의 기호도를 살펴보면 백설기·인절미·약식·송편 등을 좋아하였고, 기주떡·개피떡·팔시루떡 등을 싫어하였다. 대학생들의 떡 인지도는 대체로 70% 이하로 초등학생과 비슷한 수준이었다. 떡은 먹고 싶을 때 먹는 음식으로 인식하고 있는 학생이 제일 많았으며, 40% 정도의 학생들은 간식으로 떡을 먹고 있었다(이진실 1998; 정효선·신민자 2002).

성인 여성들의 떡의 기호도를 살펴보면, 인절미·송편·약식·가래떡·백설기 등을 좋아했으며, 두텁떡·부꾸미·깨편 등을 싫어하였다. 떡집에 사서 먹고 있는 빈도가 가장 많았으며, 떡은 아무 때나 먹고 싶을 때 먹는 음식으로 인식하는 사람들이 가장 많았다. 떡의 대중화를 위하여 떡의 품질 개선이 있어야 하고, 더욱 다양한 종류의 떡, 건강에 좋은 떡, 굳지 않는 떡이 개발되어야 한다는 의견을 제시하였다(이진실 1999).

최선규(2004)는 한국에 거주하고 있는 외국인인을 대상으로 한국 전통떡류의 인지도 및 기호도, 이용 현황 및 선호 이유 등을 분석함으로써 외국인이 우리 전통떡류를 어느 정도 인지하고 있는지를 알아보고, 전통떡류가 해외에 보급될 수 있는 가능성과 그 세계화 방안을 모색하고자 일정 기간 한국에 체류하여 떡을 먹어본 경험이 있는 외국인인을 대상으로 실증 분석한 결과 외국인에게 가장 많이 알려진 떡은 송편, 개피떡, 절편 등이었으며, 찹쌀부꾸미, 증편 등은 많은 외국인이 모르고 있는 것으로 나타났다. 먹어본 경험으로는 송편, 절편, 팔시루떡 등의 순이었으며, 외국인의 떡에 대한 인지도는 평균 70%였으며, 먹어본 경험은 54.8%이며, 떡에 대한 기호도는 좋아한다가 53.3%, 싫어한다 14.6%고 송편, 개피떡, 약식, 찹쌀경단, 증편, 백설기, 콩찰떡, 찹쌀부꾸미, 절편, 팔시루떡, 인절미, 무지개떡 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 외국인들은 한국에 오기 전에 모국에서 52.8%가 한국 음식을 먹어본 적이 있으며, 떡류는 자신들의 모국에서는 거의 접해본 적이 없는 것으로 나타났으며, 떡류를 좋아하는 이유는 단맛 때문에 좋다가 74.7%로 제일 많았다.

김옥선(2003)은 수도권 지역을 중심으로 하여 우리나라 전통 떡에 대한 연령과 성별에 따른 인지도와 기호도의 차이를 비교해 봄으로써, 가정 내에서의 각종 행사 때

떡의 이용 현황과 이용 실태에 따른 문제점 등을 보완하여 그에 따르는 대안을 제시하고 떡의 계승 발전시킬 수 있는 방안을 모색하고자 하였는데, 연구 결과 떡에 대한 인지도는 성별·연령별( $p<0.01$ )로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여자가 남자보다 연령이 높을수록 떡에 대한 인지도가 더 높은 것으로 나타났으며, 기호도에서는 성별, 연령별로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 연령별로 연령이 높을수록 떡에 대한 기호도가 높았으며, 잘 알려진 떡에 대한 기호는 10대에서도 기호도가 높은 것으로 나타났다.

### Ⅲ. 조사 설계 및 분석 방법

#### 1. 설문지 구성

본 연구에서 설문지 구성은 크게 3개 항목으로 구성되었으며, 첫째 항목은 떡 카페 메뉴의 선호 요인으로 2002년 경기대학원 석사학위논문인 “박준규의 패밀리레스토랑 고객 만족도 평가에 관한 연구”와 1999년 경기대학원 박사학위논문인 “하경희의 관광호텔 식음료 상품 마케팅 믹스에 관한 연구”, 2004년 원광대학원 “김은신의 중학생의 학교급식에 대한 만족도 및 메뉴 선호도 조사 연구 :전라북도 군산 지역을 중심으로”, 2003년 경기대학원 “김신정의 호텔레스토랑 이용객의 메뉴 선택 행동요인에 관한 연구 -서울 시내 특1등급 관광호텔 양식당 중심으로”와 2003년 경희대 관광대학원 “서경희의 일본·중국 유학생의 한국 음식 기호도 및 한식당 만족도에 관한 연구”를 바탕으로 22개의 문항을 구성하였으며, 둘째 항목으로 떡 카페에 대한 전체

〈표 2〉 설문지 구성

변수 구분	변수 명	변수의 근거 자료	비고
메뉴 선택에 대한 선호도	메뉴의 맛, 메뉴의 영양가, 메뉴의 신선함, 메뉴의 모양, 메뉴의 색, 메뉴의 씹히는 정도, 메뉴의 냄새, 메뉴의 양, 메뉴의 온도, 메뉴의 다양성, 메뉴의 가격, 메뉴의 질, 메뉴의 건강식, 메뉴의 계절성, 메뉴 구성의 조화, 메뉴 음식의 간, 메뉴에 대한 설명, 메뉴 이름, 메뉴에 대한 이벤트, 메뉴의 시간적 요인(빨리 나오는 시간), 음식의 조리법, 메뉴 선택의 편리성, 메뉴의 전문성	하경희(1999) 박준규(2001) 김신정(2001) 서경희(2003) 김은신(2004)	메뉴 선택에 대한 선호 원인 (각각 22 문항)
떡 카페 메뉴 만족도	떡 카페 메뉴에 대한 전체적인 만족도		1개 문항
인구학적 특성	성별, 연령, 결혼 여부, 교육 수준, 월 평균소득, 월 평균 방문 횟수, 출신 지역		7개 문항

적인 메뉴 만족도로 1개의 문항으로 구성하였으며, 끝으로 셋째 항목으로 인구 통계학적변수로 총 7개 문항으로 구성하였다.

## 2. 조사 대상과 조사 시기

본 연구는 떡 카페의 메뉴에 대한 선호도를 살펴보고자 서울 지역을 중심으로 인터넷 포털 사이트와 각종 매스컴에 자주 등장하는 떡 카페인 질시루, 미단, 지화자, 예문병과, 호원당의 업체 고객을 대상으로 하였으며, 시간적 범위로는 2005년 8월 16일에서 동년 동월 26일까지이며, 공간적 범위로는 서울 지역의 본사 직영점의 고객으로 제한을 두었다.

설문 조사에는 리커드 5점 척도법, 명목척도를 사용하였으며, 설문지는 각 점포당 60부를 기준으로 연구자 본인의 조사 목적과 설문지 개요를 설명한 다음 조사자들에게 배포, 회수되었으며, 조사 대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기기입법으로 실시되었다. 작성된 설문지는 조사자들에게 300부를 배포하였고 분석에 사용된 설문지는 295부이다.

## 3. 분석 방법

본 연구에서 사용한 분석 방법은 통계 패키지 중의 하나인 Windows SPSS 11.0을 이용하였으며, 이용 통계기법은 설문지를 구성하는 각 항목들의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's Alpha를 사용하고, 떡 카페 메뉴에 관한 선호 요인에 변수들을 축소화하고, 불필요한 변수들을 제거하기 위하여 요인 분석을 실시하였으며, 인구 통계적 특성에 따른 표본 평균을 통한 집단간의 차이를 검증하기 위해 요인 분석으로 묶여진 요인 값을 이용하여 *t*-test와 분산 분석(ANOVA)을 적용하였으며, 떡 카페 선호도 요인이 떡 카페의 만족도에 미치는 영향력을 살펴보고자 회귀분석을 실시하였다.

# IV. 실증 분석

## 1. 조사 대상자의 일반적인 특성

조사자의 일반적인 특성을 파악하기 위해서 빈도 분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

## 2. 신뢰성 검증

본 연구에서는 문항 간에 어느 정도의 일관성을 갖는지를 측정하는 방법으로 Cronbach's alpha를 이용하여, 내적 일관성(internal consistency reliability)에 관한 해당 문항을 가지고 모든 신뢰도를 구하고, 이에 평균치를 산출하여, 계수값을 구하였

〈표 3〉 조사 대상자의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별		남성 57(19.322), 여성 238(80.677)	
연령		20세 이하 15(5.084), 21~25세 39(13.22), 26~30세 47(15.932), 31~35세 72(24.406), 36~40세 83(28.135), 41세 이상 39(13.22)	
결혼 여부		미혼 72(24.406), 기혼 223(75.593)	
교육 수준		고졸 이하 12(4.067), 고졸 10(3.389), 전문대 졸 72(24.406) 대졸 159(53.898), 대학원졸 42(14.237)	
월 평균 소득		150만원 이하 34(11.525), 151~250만원 36(12.203) 251~350만원 53(17.966), 351~450만원 87(29.491) 451만원 이상 85(28.813)	
월 평균 방문 횟수		1회 58(19.661), 2회 74(25.084), 3회 37(12.542) 4회 43(14.576), 5회 27(9.152), 6회 42(14.237) 7회 이상 14(4.745)	
출신 지역		서울 172(58.305), 경기도 42(14.237), 강원도 8(2.711), 충청도 14(4.745), 경상도 24(8.135), 전라도 33(11.186), 제주도 2(0.677)	
총계		295	100(%)

다. 〈표 4〉는 떡 카페 메뉴 선호도 항목에 관한 신뢰도 검증을 나타낸 것으로 신뢰도 검증 결과 각각의 항목이 신뢰도가 0.73 이상으로 양호한 것으로 나타났다.

### 3. 떡 카페 메뉴 선호도 측정 항목의 타당도 검증

본 연구에서는 요인 분석 방법으로 주성분 분석과 베리맥스 회전(Rotation=varimax with Kaiser Normalization)을 사용하였으며, 기준 고유값(Eigenvalue) 1 이상, 요인 적재치(factor loading) 0.6 이상의 것을 사용하고, 요인 적재치를 높이기 위해 베리맥스 회전(Rotation=varimax)을 실시하였다.

그 결과 메뉴 선호도에 관한 총 22개의 변수 중에서 19개의 변수가 4개의 요인으로 추출되었으며, 각각의 요인을 요인 1은 본질적 요인, 요인 2는 외향적 요인, 요인 3은 외형적 요인, 요인 4는 구성적 요인으로 명하였다.

### 4. T-test 및 분산 분석

본 연구에서는 타당성을 검증하기 위해서 성별, 연령, 결혼 여부, 교육 수준, 월평균 소득, 월평균 방문 횟수, 출신 지역으로 t-test 및 분산 분석을 실시하여 P값이 0.05 보다 적으면 유의적인 차이가 있음을 나타냈으며, 사후 검정으로 집단 간에 따른 성향의 차이를 보고자 던컨 검증을 실시하였다.

〈표 4〉 떡 카페 메뉴의 선호도 항목에 대한 신뢰도 검증 결과

변수명	평균값	신뢰도계수 (Cronbach $\alpha$ )
1 메뉴의 맛	4.163±0.62	0.764
2 메뉴의 영양가	2.781±0.97	0.731
3 메뉴의 신선함	3.282±1.18	0.738
4 메뉴의 모양	2.947±0.52	0.729
5 메뉴의 색	3.017±1.12	0.708
6 메뉴의 씹히는 정도	2.427±0.92	0.729
7 메뉴의 냄새	2.513±0.73	0.743
8 메뉴의 양	3.142±1.03	0.731
9 메뉴의 온도	2.916±1.21	0.737
10 메뉴의 다양성	3.501±0.94	0.729
11 메뉴의 가격	3.624±0.89	0.745
12 메뉴의 질	4.099±1.19	0.762
13 메뉴의 건강식	2.897±1.28	0.717
14 메뉴의 계절성	2.515±1.11	0.728
15 메뉴 구성의 조화	2.721±0.87	0.732
16 메뉴 음식의 간	3.214±1.05	0.748
17 메뉴에 대한 설명	2.772±1.06	0.725
18 메뉴에 대한 이벤트	2.296±1.16	0.733
19 메뉴의 시간적 요인(빨리 나오는 시간)	2.548±1.17	0.746
20 음식의 조리법	2.427±0.97	0.716
21 메뉴 선택의 편리성	2.611±1.08	0.719
22 메뉴의 전문성	3.103±0.99	0.720
전체 신뢰도 계수 (Cronbach $\alpha$ )		0.73

## 1) 성별

성별에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도에 따른 *t*-test 결과 본질적 요인과 외형적 인 요인에서 각각 유의적인 차이를 보였으며, 본질적 요인에서나 외형적 요인에서 여성이 모두 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났다.

## 2) 연령



〈표 5〉 떡 카페 메뉴 선호도에 대한 Varimax 회전 후 요인 행렬표

변수명	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
1 메뉴의 맛	0.6778	0.1744	0.1643	0.1231
2 메뉴의 영양가	0.7529	0.3083	0.0286	0.2362
3 메뉴의 신선함	0.6387	0.4112	0.2215	0.1513
4 메뉴의 씹히는 정도	0.6032	0.0674	0.0997	0.2182
5 메뉴의 냄새	0.7119	0.1553	0.3184	0.0041
6 메뉴의 온도	0.6618	0.0263	0.3514	0.0491
7 메뉴의 질	0.7074	0.0243	0.1275	0.051
8 메뉴 음식의 간	0.7926	0.0172	-0.183	0.3902
9 메뉴의 다양성	0.3721	0.6285	0.2632	0.0441
10 메뉴에 대한 설명	0.0493	0.7282	0.2026	0.0337
11 메뉴에 대한 이벤트	-0.0164	0.7237	0.1503	0.0019
12 메뉴의 시간적 요인(빨리 나오는 시간)	0.1239	0.6733	0.1853	0.0269
13 메뉴의 전문성	0.3181	0.7127	0.0295	0.2194
14 메뉴의 모양	0.2542	0.3598	0.7245	0.2714
15 메뉴의 색	0.2114	0.3219	0.6337	0.1149
16 메뉴의 양	0.1194	0.1945	0.7728	0.216
17 메뉴의 건강식	0.1327	0.0173	-0.0529	0.7413
18 메뉴의 계절성	0.0471	0.0693	0.1749	0.6359
19 메뉴 구성의 조화	0.0745	0.1038	0.1538	0.6527
고유치 (Eigenvalues)	11.3629	2.7918	1.2929	1.0966

〈표 6〉 성별에 따른 떡 카페 메뉴 선호도에 관한 t-test 결과

요인	구분		T	P
	남	여		
본질적 요인	2.919	3.429	3.53*	0.037
외향적 요인	2.941	2.747	1.31	0.126
외형적 요인	2.755	3.315	4.19*	0.014
구성적 요인	2.772	2.65	1.05	0.227

p<0.05.

〈표 7〉 연령에 따른 떡 카페 메뉴 선호도 분산 분석 결과

요인	구분	연령					F	P	
		20세 이하	21~25세	26~30세	31~35세	36~40세			41세 이상
본질적 요인		3.054cd	2.615d	3.545a	3.419b	3.183c	3.228c	5.76*	0.001
외향적 요인		2.763	2.943	2.832	2.729	2.572	3.225	1.96	0.074
외형적 요인		3.517a	3.219b	2.945c	2.707d	2.754cd	3.068bc	5.23*	0.001
구성적 요인		2.061d	2.286c	2.673b	2.875b	3.177a	3.194a	4.19*	0.002

$p < 0.05$ .

연령에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도에 따른 분산 분석 결과 선호도에서는 본질적 요인과 외형적인 요인 그리고 구성적인 요인에서 각각 유의적인 차이를 보였으며, 본질적 요인에서는 26~30세가 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 36세~40세와 41세 이상에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 외형적 요인에서는 20세 이하에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 대체로 연령이 낮을수록 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났으며, 구성적 요인에서는 41세 이상에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 연령이 많을수록 구성적인 요인에 따른 평균값이 높은 것으로 나타났다. 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 던컨 검증에서는 36세~40세와 41세 이상에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났다.

### 3) 결혼 여부

결혼 여부에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도에 따른 *t*-test 결과 선호도에서는 외향적 요인과 구성적인 요인에서 각각 유의적인 차이를 보였으며, 외향적 요인에서

〈표 8〉 결혼 여부에 따른 떡 카페 메뉴 선호도 *t*-test 결과

요인	구분	결혼 여부		T	P
		미혼	기혼		
본질적 요인		3.231	3.047	1.83	0.184
외향적 요인		3.028	2.66	3.72*	0.042
외형적 요인		3.117	2.953	1.05	0.319
구성적 요인		2.294	3.128	5.24*	0.021

$p < 0.05$ .

〈표 9〉 교육 수준에 따른 떡 카페 메뉴 선호도 분산 분석 결과

요인	구분	교육 수준				F	P	
		고졸 이하	고졸	전문대 졸	대졸			대학원 졸
본질적 요인		2.978d	3.073c	3.252b	3.347a	3.219b	2.92*	0.041
외향적 요인		2.303d	2.721c	3.059a	3.193a	2.942b	6.09*	0.015
외형적 요인		2.977b	3.316a	3.147ab	2.931bc	2.804c	3.47*	0.027
구성적 요인		2.191d	2.502cd	2.758c	2.94b	3.163a	6.53*	0.014

p<0.05.

는 미혼이 구성적 요인에서 기혼이 각각 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났다.

#### 4) 교육 수준

교육 수준에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도와 만족도에 따른 분산 분석 결과 선호도에서는 본질적 요인, 외향적 요인, 외형적인 요인 그리고 구성적인 요인에서 모두 유의적인 차이를 보였으며, 본질적 요인에서는 대졸이 가장 높은 평균값을 보였으며, 대체로 교육 수준이 높을수록 본질적인 요인에 대한 선호도 높은 것으로 나타났다. 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 전문대 졸과 대학원 졸에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 외향적 요인에서는 대졸에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 전문대 졸과 대졸에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났다.

외형적 요인에서는 고졸에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 구성적 요인에서는 대학원 졸에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 대체로 학력이 높을수록 구성적인 요인에 따른 평균값이 높은 것으로 나타났다.

#### 5) 월평균 소득

월평균 소득에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도와 만족도에 따른 분산 분석 결과 선호도에서는 본질적 요인과 외형적인 요인 그리고 구성적인 요인에서 각각 유의적인 차이를 보였으며, 본질적 요인에서는 451만원 이상에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 251~350와 351~450만원에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 월소득이 높을수록 높은 평균값을 보이는 것으로 나타났으며, 외형적 요인에서는 451만원 이상에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고

〈표 10〉 월평균 소득에 따른 떡 카페 메뉴 선호도 분산 분석 결과

요인	구분	월평균 소득					F	P
	150만원	151~ 250만원	251~ 350만원	351~ 450만원	451만원 이상			
본질적 요인		2.905d	3.014c	3.258b	3.275b	3.417a	4.21*	0.031
외향적 요인		3.062	2.918	2.826	2.699	2.715	1.52	0.099
외형적 요인		3.211a	3.053b	2.902bc	2.763c	3.247a	3.99*	0.042
구성적 요인		2.409d	2.594cd	2.717c	2.818b	3.016a	5.29*	0.026

$p < 0.05$ .

자 하는 던컨 검증에서는 150만원 이하와 451만원 이상에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 구성적 요인에서는 451만원 이상에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 월평균 소득이 높을수록 구성적인 요인에 따른 평균값이 높은 것으로 나타났다.

#### 6) 월평균 방문 횟수

월평균 방문 횟수에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도와 만족도에 따른 분산 분석 결과 선호도에서는 외향적 요인과 외형적 요인 그리고 구성적 요인에서 각각 유의적인 차이를 보였으며, 외향적 요인에서는 7회 이상이 가장 높은 평균값을 보였으며, 방문 횟수가 많을수록 평균값이 높은 것으로 나타났으며 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 6회와 7회 이상에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 외형적 요인에서는 6회에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 1회와 3회에서 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 구성적 요인에서는 1회에서 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고

〈표 11〉 월평균 방문 횟수에 따른 떡 카페 메뉴 선호도 분산 분석 결과

요인	구분	방문 횟수							F	P
	1회	2회	3회	4회	5회	6회	7회 이상			
본질적 요인		3.492	3.205	3.001	3.118	3.017	3.063	3.321	1.92	0.075
외향적 요인		2.397e	2.531d	2.762c	2.893bc	2.914b	3.192a	3.219a	8.16*	0.001
외형적 요인		2.885d	2.741e	2.894d	2.908c	3.119b	3.441a	3.257ab	6.07*	0.002
구성적 요인		3.115a	3.092a	2.683c	2.382e	2.442d	2.452d	2.813b	6.32*	0.001

$p < 0.05$ .

〈표 12〉 출신 지역에 따른 떡 카페 메뉴 선호도 분산 분석 결과

요인	구분	출신 지역						F	P	
		서울	경기	강원	충청	경상	전라			제주
본질적 요인		3.787a	3.699a	2.668d	2.857c	3.115b	3.216b	2.876c	11.19*	0.001
외향적 요인		3.252a	3.017b	2.627d	2.643d	2.816c	2.771cd	2.782cd	6.25*	0.002
외형적 요인		2.975c	2.877cd	3.051ab	2.685d	3.004ab	3.342a	3.311a	6.57*	0.002
구성적 요인		3.043a	2.906a	2.47d	2.621bc	2.781b	2.544c	2.612bc	3.73*	0.021

$p < 0.05$ .

자 던컨 검증에서는 1회와 2회와 5회와 6회에서 각각 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났다.

#### 7) 출신 지역

출신 지역에 따른 떡 카페 메뉴에 대한 선호도와 만족도에 따른 분산 분석 결과 선호도에서는 본질적 요인, 외향적 요인, 외형적인 요인 그리고 구성적인 요인에서 모두 유의적인 차이를 보였으며, 본질적 요인에서는 서울이 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 서울과 경기, 경상과 전라, 제주와 충청이 각각 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 외향적 요인에서는 서울이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 전라와 제주가 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 외형적 요인에서는 전라가 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단 간에 다른 성향의 차이를 보고자 하는 던컨 검증에서는 전라와 제주, 경상과 강원이 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났으며, 구성적 요인에서는 서울이 가장 높은 평균값을 보였으며, 사후 검정으로 집단간에 다른 성향의 차이를 보고자 던컨 검증에서는 서울과 경기, 충청과 제주가 각각 비슷한 성향을 보이는 것으로 나타났다.

#### 5. 떡 카페 메뉴에 대한 선호도가 메뉴 만족도에 미치는 회귀분석

떡 카페 메뉴에 대한 선호도가 메뉴 만족도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 메뉴 만족도에 대한 전체 요인에 대한 평균값을 종속 변수로 하고 떡 카페에 대한 선호도 요인을 독립 변수로 한 분석 결과는 〈표 13〉과 같다.

메뉴 선호도가 메뉴 만족도에 미치는 회귀분석에서는 유의도가 모두 0.05 이하로 본질적 요인, 외향적 요인, 외형적 요인, 구성적 요인에서 모두 메뉴 만족도에 영향력이 있는 것으로 나타났으며, 그 중에서 본질적 요인에서 가장 큰 영향력을 주는

〈표 13〉 떡 카페 메뉴 선호도가 만족도에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과

변수명	회귀계수	t값	유의도	VIF	F값	R <sup>2</sup>
상수	0.9434	4.32	0.0001	0		
본질적 요인	0.4172	7.42	0.0001*	1.9963		
외향적 요인	0.2121	3.17	0.0003*	2.3297	159.03	0.621
외형적 요인	0.2948	4.48	0.0001*	1.8849		
구성적 요인	0.0793	2.96	0.0027*	1.5974		

주) \*는 0.05에서 유의.

것으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해 주는 F값은 159.03로 나타났으며, 유의수준 0.05에서 유의하였으며, 다중회귀모형의 총 설명력(R<sup>2</sup>)은 0.621로 나타났다. 다중 공선성을 진단하는 VIF 값이 모두 3 이하로서 양호하여 변수들 간의 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 분석되었다.

#### IV. 결 론

본 연구는 떡과 현대적 개념의 레스토랑 경영 방식을 도입한 떡 카페에서의 판매 도구인 동시에 관리 도구이자 마케팅 도구로 사용하고 있는 메뉴를 대상으로 고객이 메뉴에 대한 선호도를 중심으로 메뉴를 분석한 결과, 조사 대상자의 일반적 특성으로 남성보다는 여성이 연령별로는 전체 고객의 51% 정도를 31~40세가 주 고객층을 형성하고 있는 것으로 나타났으며, 방문 횟수 역시 재 방문을 하는 고객이 많은 것으로 나타나 이에 따른 여성이면서 31~40세의 고객에 대해서 집중적인 고객 관리가 필요한 것으로 사료된다. 변수에 따른 메뉴 선호도에서는 총 22개의 변수 중에서 19개의 변수가 4개의 요인으로 추출되었으며, 각각의 요인을 요인 1은 본질적 요인, 요인 2는 외향적 요인, 요인 3은 외형적 요인, 요인 4는 구성적 요인으로 명하였다.

떡 카페의 인구통계학적 유의적인 차이에서 성별에 따른 유의적인 차이는 메뉴의 외형적인 요인과 본질적인 요인에서 남녀가 각각 유의적인 차이를 나타냈는데 이는 여성이 남성보다 외형적인 모양이나 색, 맛, 신선함, 냄새, 온도, 메뉴의 질 등에 대해서 차이가 있으며, 특히 여성이 평균값이 본질적인 요인에서 가장 높은 평균값이 나타난 것으로 보아 여성 고객에게는 메뉴의 본질적인 부분에 신경을 써야할 것으로 사료된다. 연령에서는 대체로 연령이 높을수록 떡 카페 메뉴에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났으며, 연령이 낮을수록 메뉴에 대한 선호도 낮은 것으로 나타나 이에 대한 메뉴 개선안이 필요한 것으로 사료되었다.

월평균 소득에서는 소득이 높을수록 메뉴 선호도에서 본질적 요인과 구성적 요인

에서 평균값이 높은 것으로 나타났으며, 이는 소득이 높으면 메뉴에서 맛이나 영양가 뿐만 아니라 건강식에 대해서 신경을 많이 쓰며, 떡이 건강식으로도 선호하는 것으로 나타났다. 출신 지역에 따라서는 모두 선호도가 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났는데 이는 각 지역별로 좋아하는 취향과 지역적인 특색을 가지고 있는 메뉴가 각각 다른 것으로 사료되며, 떡 카페가 지방 시장까지 진출하기 위해서는 획일화된 메뉴보다는 각 지역에 맞는 메뉴를 개발하고 지역에 맞는 시장 조사를 충분한 후 진출하여야 할 것으로 사료된다.

떡 카페의 메뉴 선호도가 만족도에 미치는 영향으로는 본질적 요인, 외향적 요인, 외형적 요인, 구성적 요인에서 모두 메뉴 만족도에 영향력이 있는 것으로 나타났으며, 그 중에서 메뉴가 가지고 있는 본질적 요인에서 가장 큰 영향력을 주는 것으로 나타났다. 이는 메뉴의 맛, 영양가, 신선함, 씹히는 정도, 냄새, 온도, 질, 음식의 간에 관한 선호도가 메뉴 만족에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 메뉴 관리적 측면에서는 메뉴가 가지고 있는 본질적 측면에서 관리된다면 떡 카페의 고객 만족에 기여할 것으로 사료된다.

본 연구의 시사점으로는 현재 전통적 개념의 떡과 현대의 마케팅적 측면에서의 새로운 경영 기법인 떡 카페에 대한 연구가 부재한 시점에 기존의 한국의 전통음식 중 떡에 대한 영양학적 측면에서의 연구보다 레스토랑에서의 고객과의 연결고리이자 경영에서의 통제 도구인 메뉴를 가지고 마케팅적 접근을 실시하여 떡 카페의 메뉴의 선호도에 대한 접근한 것에 대해 그 의의를 둘 수 있으며, 본 연구의 한계점으로 공간적 범위로 지역을 서울 지역으로 범위를 한정시켜 두었으며, 시간적으로 8월로 한정되어 있으며, 이로 인하여 방학 중에 실시하여 일부 떡 카페의 고객이 연령이 편중되어 차후 연구 과제로 떡 카페의 형태가 전국적으로 확대되고 있는 시점에서 지역을 보다 전국적으로 확대시키고, 시간적 제한과 고객의 일부 편중을 보완하여 연구하여야 될 것으로 사료된다.

## 참고문헌

1. 강인희 (1997) : 한국의 떡과 과줄. 대한교과서. 12-70.
2. 김옥선 (2003) : 우리나라 전통 떡의 이용 현황에 관한 연구-수도권을 중심으로. 경희대학교 관광대학원.
3. 문정원 (1999) : 떡 개발 상품화에 대한 연구. 부산여자대학 논문집 (20):44.
4. 맹혜열 (1987) : 떡류의 문헌적 고찰. 1670~1943 문헌을 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
5. 이영옥 (1999) : 떡 관련 연구문헌에서 관한 소고. 부산여자대학 논문집 (20):63.
6. 이진실 (1998) : 고등학생들의 떡의 이용 실태 및 기호도 조사. 한국식생활문화학

- 회지 13(2):83-89.
7. 이진실 (1998) : 수도권 대학생들의 떡의 이용 실태 및 기호도 조사. *한국식생활문화학회지* 14(20):133-139.
  8. 이진실 (1999) : 수도권 성인 여성들의 떡에 대한 인식 비교 연구. *한국식생활문화학회지* 14(5):447-454.
  9. 이진실 (1997) : 초등학교 학생의 떡의 섭취 실태 및 기호도 조사. *한국식생활문화학회지* 12(3):83-89.
  10. 이효지 (1988) : 조선시대 떡류의 분석적 고찰, *한국음식문화연구원논총* : 45-113.
  11. 정효선·신민자 (2002) : 한국전통떡류에 대한 대학생들의 인지도 및 기호도에 관한 연구. *한국식생활문화학회지* 17(5):594-604.
  12. 최선규 (2004) : 한국전통떡류에 대한 외국인의 인식 및 기호도 조사. 숙명여자대학교 전통문화예술대학원 석사학위논문.
  13. 한복려 (1999) : 쉽고 맛있게 아름답게 만드는 떡. *궁중음식연구원* : 5-6.

---

2006년 2월 26일 접수  
2006년 9월 15일 게재확정