

## 한식 및 한식세계화에 대한 조리전공 대학생의 인식 연구

김태희<sup>1</sup> · 이은주<sup>1\*</sup> · 이은정<sup>2</sup>

<sup>1</sup>경희대학교 호텔관광대학 외식산업학과, <sup>2</sup>신흥대학 호텔외식경영과

### A Study on Perception and Globalization of Korean Food among University Students with Food-Related Majors

Tae-Hee Kim<sup>1</sup>, Eun-Joo Lee<sup>1\*</sup>, Eun-Jung Lee<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Department of Foodservice Management, Kyunghee University

<sup>2</sup>Department of Hotel & Restaurant Management, Shinheung College

#### Abstract

The purpose of this study was to investigate perceptions and globalization of Korean food among university students with food related majors. Self-administer questionnaires were completed by 386 students, and data was analyzed using descriptive statistics, t-test, ANOVA and regression analysis. The students in food-related majors had positive perceptions of Korean food. They had perceptions of Korean foods as 'fermented foods', 'seasonal foods', and 'medical foods' and have 'various spices'. Most students agreed that Korean foods need to be 'creatively transformed' and 'localized' in order to globalize successfully. Localization, fusion and creative transformation of Korean food are more important than simple adherence to traditional Korean food. There were statistically significant differences in perception between students in different majors. Students majoring in traditional Korean cuisine showed a more positive perception and attitude toward globalization of Korean food.

Key Words: Korean food, globalization, perception, training manpower, students

#### 1. 서 론

세계 경제의 개방화 및 글로벌화는 제조업뿐만 아니라 금융업 및 서비스업에 이르기까지 그 분야를 구분하지 않고 빠른 속도로 진행되고 있으며 농업분야도 예외가 될 수 없는 실정이다. 이러한 전 세계적 흐름에 한국농촌의 경우 전략적 움직임이 더욱 절실히 요구되며, 한 가지 대안이 바로 한식의 세계화라고 할 수 있다(Khoe & Sul 2008).

한식의 세계화는 2005년을 기점으로 학계와 정부, 업계 등에서 관심 영역으로 부각되었다(Na 2007). 정부는 2006년 전통문화 콘텐츠의 부가가치를 창출하고 국가이미지를 고양시키고자 한식을 포함한 '한(韓)스타일 육성 종합계획'을 발표하였고, 2008년 10월 '한식세계화 비전 선포'를 하였으며, 2009년 5월 민·관 합동 한식세계화 추진단을 발족하여 한식세계화 사업을 본격적으로 추진하고 있다.

한식세계화는 1990년대부터 추진되어 왔다고 할 수 있다(Khoe & Sul 2008). 1992년 이후 해외 투자이민에 대한 투자제한 폭이 확대되면서 대형 한식당의 해외진출이 증가하기 시작하였으며, 2002년 월드컵 등 국제행사가 늘어나

면서 동양음식이 건강식으로 알려지며 한식에 대한 외국인의 관심이 증가하였고, 지속적인 해외 식품박람회를 통해 한국음식이 보급 확산되었다(삼성경제연구소 2003).

1990년대 말부터는 중국과 동남아시아에 나타난 한류 열풍이 한국 음식의 세계화에 직·간접으로 큰 공헌을 했다. 초기 드라마, 영화, 가요에서 시작된 한류 열풍은 게임, 패션, 음식 등 광범위한 분야로 파급되었으며, 특히 대장금 등 한국 음식과 관련된 드라마가 인기를 끌면서 한국 음식에 대한 인지도를 높이는데 역할을 했다(Lee 등 2007). 최근에는 음식산업이 농식품 등 식자재산업과 연관되어 있을 뿐 아니라 관광 산업, 문화콘텐츠 산업 등과 같은 고부가가치 산업들이 성장하는 데에 지대한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있으며(Kim 2006; Jang 2007), 한식세계화는 단순히 한식의 세계화에 그치는 것이 아니라 관광 한국 이미지의 부각으로 국가의 부가가치를 창출하는 등 관광 상품으로 개발 가능하다고 하였다(Yang 등 2004; Jang 등 2005; Lee 2007). 또한 한식세계화를 통한 국가이미지 제고 구축이 한식 관련 상품뿐만 아니라 일반 소비제품의 구매의도까지 높일 수 있는 것으로 나타났다(Lee & Lee 2008).

\*Corresponding author: Eun-Joo Lee, Kyung Hee University, 1 Hoeki-dong, Dongdaemoon-gu, Seoul 130-701, Korea  
Tel: 82-2-961-9388 Fax: 82-2-964-2537 E-mail: happytea@hanmail.net

초기의 한식에 관한 연구는 대부분이 전통음식의 재인식 및 선호도에 관한 연구였다. 인지도에 관한 연구는 여러 분야에서 이루어져 왔지만, 연구 대상에 따라 상당한 편차를 보이고 있다(Jin & Cho 2007). 한식의 인지도 및 기호도에 관련한 연구로는 Gang & Chyun(2006), Min(2003), Kim(2000), Koo(1995), Lee 등(1993)이 있다. 이후 한식 개발의 우수 요인 발굴과 한식의 패스트푸드화, 편의화, 대중화에 관한 연구가 Jin & Cho(2007), Han & Lim(2007), Han 등(2007), Jang 등(2004), Kim & Cho(2002), Ro 등(2001)에 의해 이루어졌다.

한식세계화 연구 중에서 최근까지 학술지에 가장 많이 인용되는 연구는 한국에 거주하는 외국인들과 특정 국가(특히 미국, 중국, 일본)의 현지인을 대상으로 한식의 인지도와 선호도를 조사한 연구가 대부분이었다(Han 등 1998; Chang & Cho 2000; Sim 등 2000; Joo 등 2001; Seo 등 2003; Kim 2004; Kim 등 2004; Yoon 2005; Lee 등 2005; Kweon & Yoon 2006; Na 2007). 또 다른 연구로는 한식의 해외진출을 위해 Khoe & Sul(2008), Han(2003), Koh(2000) 등은 중국을, Kang(2003)은 유럽을, Na(2007)은 미국시장 진출을 위한 방안을 모색하였다. 연구 결과 해외로 진출하고자 하는 한식업체 상당수가 전문 한식조리사의 부족을 가장 큰 애로사항으로 호소하고 있었으며(Kang 2003; Khoe & Sul 2008), 미국에서 운영되고 있는 한식당은 인력의 전문성이 결여되어 있는 것으로 조사되어 한식세계화에 걸림돌이 되고 있다(Na 2007).

한식세계화의 걸림돌로 언급되는 빈도 높은 원인들 중의 하나가 바로 '자질을 가진 한식조리사의 부족'이다(삼성경제연구소 2003; 농림부 2004; 문화관광부 2005; Kim 2006). 한식 전문가의 부족은 한식 자체의 품질저하에 따른 광범위한 이미지 하락에도 크게 영향을 미칠 것으로 예상되므로, 해외진출을 목표로 한 한식조리사 양성을 위해 장기적인 인재교육 시스템을 구축해야 한다(Kang 2003; Khoe & Sul 2008). 유럽, 미국, 일본의 경우에는 유명한 브랜드쉐프가 많이 배출되었고, 그들을 통해 식문화를 성공적으로 전파하였으므로 우리나라도 외식조리 관련학과, 업체, 정부에서 브랜드쉐프의 필요성을 인식해야 하며(Kim 등 2007), 한식세계화를 위해서는 한식조리 전문 인력의 양성이 시급한 과제라고 하겠다.

한식세계화를 위한 전문조리인력을 양성하기 위해서는 전통한식에 대한 이해와 조리 기술이 필요한데 전국의 대학에서 조리 관련한 개설학과는 100여 곳이 넘어도 전통조리의 전문 인력을 양성하는 학과는 4곳뿐으로 조사되어(농림수산식품부 2008) 한식조리에 대한 교육기반이 약하다고 할 수 있으며, 결과적으로 이는 한식에 대한 관심을 상대적으로 소홀하게 만들고 있다. 또한 외국의 외식기업이 시장을 잠식함으로써 한식조리 관련 노동시장의 여건이 양호하지 않아 학생들의 관심은 한식에서 계속 멀어지고 있는 실정이다.

따라서 조리전공 대학생의 한식에 대한 관심과 향후 한식세계화에 대한 인식을 파악하는 것은 중요할 것으로 생각된다. 이에 본 연구는 한식세계화를 위한 전문 인력양성의 기초자료로 활용되어 궁극에는 한식세계화에 기여할 수 있으리라 생각하여 조리전공 대학생을 대상으로 한식과 한식세계화에 대한 인식을 조사하고자 하였다.

## II. 연구 내용 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

서울과 경기도, 충청도에 위치한 10개의 2~4년제 대학교에서 조리학과, 호텔조리과, 조리과학과, 외식조리학과, 외식산업학과 학생들을 임의로 표집하였다. 2008년 9월 1일부터 9월 30일까지 총 400부를 회수하였으며, 이중 유효한 386부(회수율 96.5%)를 최종 분석 자료로 사용하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

일반적인 사항으로 성별, 나이, 학과, 학년, 진로 희망, 자격증 소유 등 6문항을 측정하였다. 한식 및 한식세계화의 인식을 파악하기 위해 Lee 등(1993), Cho(2005), Han 등(2007), Jin & Cho(2007)의 연구를 참고하여 한식의 특성 중 한식세계화에 초점을 맞추고, 개선해야 할 점 등을 중심으로 재구성하였다. 설문은 리커트 5점 척도를 사용하여 각 15문항과 17문항으로 구성하였으며, 한식을 가장 대표할 만한 음식을 파악하기 위해 개방형 질문 1문항으로 구성하였다.

### 3. 자료의 분석

SPSS win 15.0 통계패키지 프로그램을 이용하여 일반적인 특성과 한식 및 한식세계화 인식은 빈도분석과 기술통계로 분석하였다. 일반적인 특성에 따른 한식 및 한식세계화 인식의 차이를 파악하기 위해서 t-test와 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 한식세계화의 중요 속성이 세계 5대 음식진입에 미치는 영향 관계를 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다.

## III. 연구 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자 특성

#### 1) 일반적인 특성

조사대상자의 성별, 연령, 전공, 학년제, 자격증보유 등 현황은 <Table 1>과 같다. 조사대상자는 총 386명으로 남학생이 41.5%, 여학생이 58.5%, 2년제 학생이 54.1%, 4년제 학생이 45.9%, 자격증이 있는 학생이 46.4%, 자격증이 없는 학생은 53.6%로 비교적 고른 분포로 나타났다.

그러나 전공의 유형은 전통조리가 14.8%, 일반조리가 82.1%로, 일반조리전공 학생이 5.5배 높게 나타났다. 연구결과를 일반화하기에는 전통조리가 일반조리에 비해 적은

<Table 1> Demographics of respondents

Demographics		Frequency	%
Gender	Male	160	41.5
	Female	226	58.5
Age	18~19	112	29.0
	20~21	102	26.4
	22~23	76	19.7
	Over 24	93	24.3
Major	Traditional cuisine	57	14.8
	General cuisine	317	82.1
	Others	12	3.1
Education	2 Years college	209	54.1
	4 Years college	177	45.9
Certificate of qualification	Obtain	179	46.4
	None	207	53.6
Total		386	100.0

표본의 한계를 가지고 있지만 전국에 조리 관련한 개설학과는 100여 곳이 넘어도 전통조리의 전문 인력을 양성하는 학과는 4곳뿐으로 조사되어(농림수산식품부 2008) 교육기관이 가진 한계가 그대로 반영되었다고 볼 수 있을 것이다.

2) 조리외식 관련한 자격증 보유 현황

조사대상자의 46.4%가 1개 이상의 자격증을 보유하고 있었으며, 자격증 2개 이상은 27.7%, 자격증 3개 이상은 14.0%, 자격증 4개 이상은 6.7%, 자격증 5개 이상은 2.8%, 자격증 6개 이상은 1.3%로 조사되었다.

자격증 1개 이상일 때 남학생은 35.7%, 여학생은 64.3%의 비율이었으나, 자격증 수가 증가할수록 여학생의 비율이 67.3%(2개 이상), 77.8%(3개 이상), 88.6%(4개 이상), 100%(5개 이상)로 높아지는 것으로 나타났다. 이를 통해 여학생이 남학생에 비해 자격증 취득에 더 적극적임을 알 수 있었다. 또한 2년제 학생들이 4년제 학생들보다 자격증 취득의 욕구가 높은 것으로 나타났으며, 자격증 보유수는 대학별로 차이가 많이 나타났다. 이는 학교의 교육운영 방침이 영향을 미치는 것으로 미루어 생각할 수 있을 것이다.

조사대상자가 조리외식과 관련해서 보유하고 있는 자격증 현황은 <Table 2>와 같다(국가공인, 민간자격증 포함). ‘한식조리기능사’가 34.6%, ‘양식조리기능사’가 27.0%로 많

<Table 2> Licensed cook certificate of qualification

Rank	Variables	Frequency	%
1	Korean cuisine	132	34.6
2	Western cuisine	103	27.0
3	Baking	39	10.2
4	Pastry	30	7.9
5	Chinese cuisine	29	7.6
6	Japanese cuisine	20	5.2
7	Others	29	7.8

았으며, ‘제빵기능사(10.2%)’, ‘제과기능사(7.9%)’, ‘중식조리기능사(7.6%)’, ‘일식조리기능사(5.2%)’의 순으로 조사되었다. 기타로는 ‘조주기능사’, ‘식품위생관리사’, ‘와인소믈리에’, ‘바리스타’, ‘식품가공사’, ‘복어조리기능사’ 등이 있었다.

3) 졸업 후 희망하는 진로

조사대상자들의 졸업 후 희망 진로는 <Table 3>과 같다. ‘외식업체에 취업(35.3%)’하기를 가장 희망했으며, ‘요리유향(16.2%)’, ‘전공 관련학과 편입 및 진학(15.7%)’, ‘창업(10.7%)’, ‘식품업체 취업(9.6%)’, ‘전공 관계없이 취업(8.4%)’, ‘요리강사 활동(4.1%)’의 순으로 나타났다.

‘외식업체 취업’이 35.3%로 가장 많은 것으로 조사되어, 재학 중에 외식업체와의 연계를 통한 인턴십 과정을 제공하여 학생들에게 취업 기회를 넓혀주도록 애써야 할 것이며, 또 31.9%의 학생들은 전공에 대한 학업의 연속으로 ‘요리유향’이나 ‘편입 및 진학’을 희망하고 있는 것으로 나타났는데 이는 많은 학생들이 지금보다 더 전문성을 갖기를 원한다고 생각할 수 있다. 외국 유명 요리학교의 유학을 희망하는 학생들이 2순위로 나타나, 조사대상자들은 외국 요리학교의 학제 및 프로그램에 대한 기대치가 높으며, 유명 쉐프가 되기를 희망하는 것으로 짐작할 수 있다.

2. 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구의 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성을 평가하기 위해서 변수의 다측정 항목 간의 내적일관성을 Crombach’s Alpha 계수에 의해 분석하여 신뢰성을 검토하였다. 한식에 대한 인식의 15개 문항에 대해 신뢰성 검증을 시행한 결과

<Table 3> Desire course after graduation from college

Rank	Variables	Frequency	%
1	Working in foodservice industry	139	35.3
2	Studying abroad for cuisine	64	16.2
3	Enter upon studies or incorporation of related major	62	15.7
4	Commencement of an enterprise	42	10.7
5	Working of food industry	38	9.6
6	Working without reference to major	33	8.4
7	Lecturer of cooking	16	4.1
Total		394	100.0

Crobach's Alpha가 0.798로 신뢰성이 검증되었으며, 한식 세계화에 대한 인식 14개 문항에 대해 신뢰성 검증을 시행한 결과 Crobach's Alpha가 0.718로 신뢰성이 검증되었다.

### 3. 한식에 대한 인식

#### 1) 한식에 대한 인식 정도

조사대상자의 한식의 대한 인식 결과는 <Table 4>와 같다. 각 변수의 평균을 비교하면 총 15개 속성 중 12개의 속성이 5.0 만점에 평균 4.0 이상으로 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 한식의 특성 중에서 '발효저장음식 발달(4.82)'에 가장 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타났으며 그 다음으로 '다양한 양념', '우리 입맛에 맞춤', '계절음식 발달', '문화가 담긴 고유 음식', '영양 균형', '약식동원 발달', '맛이 좋음', '색이 아름다움', '음식과 조리법 다양', '슬로우푸드임', '다른 나라 보다 우수함', '조리법이 과학적임', '조리법이 복잡함', '상차림이 복잡하여 개선이 필요함'의 순으로 나타났다.

Koo(1995)는 전통음식을 먹는 이유는 맛 때문이라고 하였으며, Lee 등(1993)과 Kim(2000) 등도 영양, 맛 등에 대해 높게 평가하였다. Jang 등(2005)은 한국전통음식의 우수요인으로 영양, 식문화, 식재료, 맛의 순으로 뽑았으며, Kim & Cho(2006)는 전통음식개발을 위한 결정요인으로 맛과 모양을 가장 중요시하였다. Han 등(2007)은 음식 고유의 맛, 색, 질감, 영양의 순으로 중요한 요인이 된다고 하였고, Kang & Kim(2009)는 전통음식에 대한 우수요인으로 영양을 가장 높게 평가했으며 색, 맛, 질감, 모양 순이라 하였다.

본 연구에서는 선행연구에서 우수요인으로 나타났던 맛이 나 색, 영양 등에 한식의 문화와 개성을 드러낼 수 있는 항목을 추가하여 조사한 결과로는 맛, 영양, 색 등은 6순위(4.42)~9순위(4.31)에 해당되었으나, 한식의 독특한 특성으로 차별화되는 발효저장음식 발달, 다양한 양념 사용, 계

절음식 발달, 고유의 음식문화 등 한식만의 독특한 개성을 나타내는 항목이 1순위(4.82)~5순위(4.44)를 차지하여 더 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 한식이 '다른 나라보다 우수하다'는 응답에는 평균 4.08로 높은 편이기는 하나 12순위로 다른 속성에 비해 상대적으로 낮은 평균을 보이고 있어 한식에 대한 긍지와 자부심을 찾는 것이 중요하다고 하겠다.

#### 2) 일반적인 특성에 따른 한식에 대한 인식

조사대상자의 일반적인 특성에 따른 한식에 대한 인식의 평균값 차이 분석은 <Table 5>, <Table 6>과 같다. 성별에 따라서는 '색이 아름다움', '영양이 균형 잡힘', '약식동원 발달', '조리법이 과학적임', '슬로우푸드임', '다른 나라보다 우수함', '맛이 좋음'에 대해서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며( $p < 0.05$ ), 전공에 따라서는 '발효저장음식 발달', '영양이 균형 잡힘', '슬로우푸드임', '조리법이 복잡함'에 대해서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다( $p < 0.05$ ). 분석 결과 여학생이 남학생보다, 전통조리전공 학생이 일반 조리전공 학생보다 한식 각 속성에 대해 상대적으로 높게 평가했음을 알 수 있다. 2년제와 4년제에 따라서, 자격증 유무에 따라서는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

#### 3) 한식 인식과 세계 5대 음식 진입과의 관계

조사대상자의 한식 인식에 대한 결과를 바탕으로 향후 '세계 5대 음식으로의 진입' 가능성 여부와와의 관계에 대해 분석한 결과는 <Table 7>과 같다. <Table 7>의 회귀모형은 약 29%의 설명력을 보이고 있으며 통계적으로 유의한 모형이다. 한식이 세계 5대 음식이 되기 위해서는 '계절음식의 발달', '약식동원의 음식', '다른 나라에 비해 우수함'이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 '다른 나라에 비해 우수함'은 앞서 <Table 4>에서 다른 항목에 비해 12순위로 낮게 나타나 한식세계화를 위해서는 한식의 우수성에

<Table 4> Degree of the perception of Korean food

Rank	Variables	M	SD
1	Korean fermented food is developed.	4.82	0.53
2	Korean food is various using in spices.	4.59	0.73
3	Korean food is suitable for our taste.	4.57	0.68
4	Korean food has seasonal food.	4.52	0.67
5	Korean food is the traditional food having culture.	4.44	0.74
6	Korean food is balanced on nutrition.	4.42	0.75
7	Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	4.33	0.82
8	Korean food has a good taste.	4.33	0.72
9	Korean food has a beautiful color.	4.31	0.71
10	Korean food has various menu and recipes.	4.22	0.87
11	Korean food is slow food.	4.15	0.95
12	Korean food is more excellent than other country.	4.08	0.84
13	Korean food has the scientific cookery.	3.95	0.90
14	Korean food has the complicated cookery.	3.94	0.95
15	Korean food needs to be improved in table setting.	3.69	0.99

<Table 5> Difference in the perception of Korean food based on gender

Perceptions of Korean foods	M±SD		t value	p value
	Male	Female		
Korean fermented food is developed.	4.79±0.64	4.84±0.44	-0.966	0.334
Korean food is various using in spices.	4.53±0.79	4.63±0.69	-1.363	0.174
Korean food is suitable for our taste.	4.51±0.81	4.62±0.58	-1.374	0.171
Korean food has seasonal food.	4.48±0.69	4.55±0.65	-0.975	0.330
Korean food is the traditional food having culture.	4.38±0.84	4.49±0.66	-1.326	0.186
Korean food is balanced on nutrition.	4.28±0.85	4.51±0.65	-2.893	0.004*
Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	4.21±0.95	4.42±0.70	-2.466	0.014*
Korean food has a good taste.	4.23±0.80	4.40±0.65	-2.247	0.025*
Korean food has a beautiful color.	4.16±0.85	4.41±0.77	-2.996	0.003*
Korean food has various menu and recipes.	4.16±0.93	4.25±0.93	-0.995	0.320
Korean food is slow food.	4.01±1.02	4.25±0.89	-2.406	0.017*
Korean food is more excellent than other country.	3.95±0.94	4.16±0.75	-2.392	0.017*
Korean food has the scientific cookery.	3.82±0.98	4.05±0.82	-2.429	0.016*
Korean food has the complicated cookery.	3.84±0.97	4.01±0.92	-1.719	0.087
Korean food needs to be improved in table setting.	3.71±1.10	3.67±0.91	0.319	0.750

\*p<0.05

<Table 6> Difference in the Perception of Korean foods based of major

Perceptions of Korean food	M±SD		t value	p value
	Traditional	General		
Korean fermented food is developed.	4.91±0.28	4.80±0.57	2.242	0.026*
Korean food is various using in spices.	4.68±0.75	4.56±0.74	1.151	0.251
Korean food is suitable for our taste.	4.58±0.56	4.58±0.68	0.017	0.986
Korean food has seasonal food.	4.58±0.65	4.51±0.73	0.672	0.502
Korean food is the traditional food having culture.	4.79±0.38	4.80±0.57	0.775	0.439
Korean food is balanced on nutrition.	4.63±0.62	4.38±0.76	2.716	0.008*
Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	4.35±0.69	4.33±0.83	0.169	0.866
Korean food has a good taste.	4.25±0.69	4.34±0.72	-0.950	0.343
Korean food has a beautiful color.	4.47±0.78	4.28±0.82	1.613	0.108
Korean food has various menu and recipes.	4.11±0.90	4.22±0.87	-0.947	0.344
Korean food is slow food.	4.46±0.83	4.10±0.96	2.660	0.008*
Korean food is more excellent than other country.	4.26±0.69	4.03±0.86	1.901	0.058
Korean food has the scientific cookery.	4.09±0.83	3.93±0.98	1.218	0.224
Korean food has the complicated cookery.	4.19±0.91	3.88±0.96	2.280	0.023*
Korean food needs to be improved in table setting.	3.63±1.03	3.69±0.98	-0.417	0.677

\*p<0.05

대한 자긍심을 갖도록 교육하는 것이 필요할 것으로 보인다. 또한 통계적으로 유의하게 나타나지는 않았지만 ‘맛이 좋음’과 ‘우리 입맛에 맞춤’이 부(-)의 영향을 주는 속성으로 나타났다. 조사대상자가 외식조리식품 관련 전공 대학생인 공통적인 특성을 가지고 있었음에도 불구하고, 전통음식의 이용을 증대시키기 위해서 Jin & Cho(2007)는 맛이 영향을 미치며, Kang & Kim(2009)은 맛, 영양, 조리법의 표준화가 가장 필요하다고 하여 선행 연구들과 인식의 차이가 나타났다. 이는 본 연구가 한식세계화라는 관점에서 한식에 대한 인식 연구를 탐색적으로 접근할 결과로 나타난 인식의 차이라고 할 수 있다. 본 연구의 조사대상자들은 이제 음식의 맛은 기본이 되며, 한식세계화를 위해서는 한식 고유의 독창적인 부가가치를 내세우는 것이 더 중요하다고 생각하고 있음을 시사한다고 하겠다.

#### 4. 한식세계화에 대한 인식

##### 1) 한식세계화의 현재와 미래에 대한 인식

조사대상자들의 한식세계화의 현재와 미래에 대한 인식은 <Table 8>과 같다. ‘한식세계화는 잘 이루어지고 있다’는 현재 한식세계화의 위상으로 볼 수 있는데 5.0 만점에 평균 2.55로 ‘보통이다’ 보다 낮은 수준이라는 견해를 보였고, 앞으로 ‘한식이 세계 5대 음식이 될 수 있다’는 평균 4.34로 높게 평가하는 것으로 나타났다. 이는 현재 한식세계화의 위상은 낮게 평가받고 있으나, 미래의 한식세계화에 대한 전망에는 높은 기대감을 갖고 있는 것이라고 해석할 수 있을 것이다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라 다소간의 인식 차이는 있었으나, 통계적으로 유의하지는 않게 나타났다 (p<0.05).

<Table 7> Influence of perception of Korean food on enter into 'World five food'

Variable	Enter into 'World five food'			
	B	Beta (β)	t	Sig
Korean fermented food is developed.	0.143	0.052	0.924	0.356
Korean food is various using in spices.	0.009	0.007	0.123	0.902
Korean food is suitable for our taste.	-0.058	-0.040	-0.675	0.500
Korean food has seasonal food.	0.257	0.189	2.995	0.003*
Korean food is the traditional food having culture.	0.037	0.027	0.435	0.664
Korean food is balanced on nutrition.	0.018	0.015	0.238	0.812
Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	0.148	0.140	2.141	0.033*
Korean food has a good taste.	-0.034	-0.026	-0.426	0.670
Korean food has a beautiful color.	0.096	0.089	1.463	0.144
Korean food has various menu and recipes.	-0.016	-0.015	-0.255	0.799
Korean food is slow food.	0.039	0.040	0.711	0.478
Korean food is more excellent than other country.	0.280	0.252	4.451	0.000*
Korean food has the scientific cookery.	0.070	0.074	1.217	0.224
Korean food has the complicated cookery.	-0.059	-0.067	-1.206	0.229
Korean food needs to be improved in table setting.	-0.019	-0.022	-0.434	0.664

R<sup>2</sup>=0.288 corrected R<sup>2</sup>=0.251 F=7.750 P=0.000

\*p<0.05

<Table 8> Perception of the globalization of Korean food

Variable	M	SD
Globalization of Korean food is going ahead	2.55	0.92
Korean food can be world five food	4.34	0.85

2) 한식세계화를 위한 중요 속성에 대한 인식

조사대상자의 한식세계화를 위한 중요 속성에 관한 인식 결과는 <Table 9>와 같다. 각 변수의 평균을 비교하면 '한식 관련한 행사 개최와 홍보'가 5.0 만점에 평균 4.43으로 가장 높았으며 그 다음 순으로 '다양한 메뉴 개발로 소비시장 확대', '현 세대에 맞는 창의성 있는 변형', '과학적으로 영양이 우수하다는 증거 확보', '대중매체를 이용한 홍보', '한식의 현지화', '소비자 운동을 통한 국민의식 변화' 등이 평균 4.0 이상으로 높게 나타났으며, '전통한식의 고수'는 평균 3.16으로 가장 낮게 나타났다.

조사대상자들은 한식세계화를 위해서는 한식의 홍보, 다양한 메뉴개발에 의한 소비시장 확대, 시대에 맞는 한식의 변형 및 의식 변화 등이 필요한 것으로 인식하고 있었으며, 전통한식을 고수하기 보다는 창의성을 가미한 한식의 현지화를 추구하고 있는 것으로 나타났다. 또 한식의 퓨전화(3.33) 보다는 한식의 현지화(4.11)를 긍정적으로 인식하는 것으로 나타나 개성을 살리지 못한 퓨전화보다는 한식의 독특한 특성을 살리되 현지인의 문화와 입맛을 염두에 둔 개발이 필요하다고 하겠다.

Han & Lim(2007)에서 전통음식의 질적 향상과 소비증가를 위해서는 편의화된 상품화가 이루어져야 할 것으로 조사되었으며, Jin & Cho(2007)에서 전통식품을 다양하게 가공식품으로 개발한 간편식을 신세대들이 선호하는 것으로 나타났다. Kang & Kim(2009)에서도 전통음식을 원형 그대로 계승 발전시키기 보다는 현대인의 기호에 맞게 현대화하

<Table 9> Perception of important factors in the globalization of Korean food

Rank	Variables	M	SD
1	Event & publicity activities of Korean food	4.43	0.69
2	Markets expansion by various menu development	4.39	0.73
3	Creative transformation for the present age	4.24	0.86
4	Obtaining scientific evidence of superior nutrition	4.21	0.81
5	Public relation utilizing mass media	4.17	0.81
6	Localization of Korean food	4.11	0.84
7	Changing of thinking by consumer movement	4.04	0.81
8	Becoming tame tasted Korean food since childhood	3.96	0.82
9	Standardization and simplification of recipe	3.95	1.03
10	Making of convenience food	3.90	0.94
11	Development of sauce and condiment	3.89	0.89
12	Making of processed food	3.65	1.06
13	Making of fusion cuisine	3.33	1.01
14	Traditionalism of Korean food	3.16	1.17

<Table 10> Difference in the perception of the globalization of Korean food based on major

Variables	M±SD		t value	p value
	Traditional	General		
Event & publicity activities of Korean food	4.35±0.79	4.45±0.67	-0.977	0.329
Markets expansion by various menu development	4.53±0.71	4.37±0.73	1.474	0.141
Creative transformation for the present age	4.26±0.90	4.25±0.85	0.139	0.889
Obtaining scientific evidence of superior nutrition	4.23±0.80	4.20±0.82	0.250	0.802
Public relation utilizing mass media	4.37±0.67	4.13±0.82	2.073	0.039*
Localization of Korean food	3.96±0.92	4.15±0.80	-1.549	0.122
Changing of thinking by consumer movement	4.00±0.80	4.04±0.82	-0.347	0.728
Becoming tame tasted Korean food since childhood	3.95±0.77	3.97±0.83	-0.178	0.859
Standardization and simplification of recipe	4.28±0.94	3.90±1.03	2.622	0.009*
Making of convenience food	4.19±0.93	3.85±0.93	2.538	0.012*
Development of sauce and condiment	3.75±1.02	3.91±0.86	-1.094	0.278
Making of processed food	3.93±1.00	3.59±1.06	2.264	0.024*
Making of fusion cuisine	3.04±0.98	3.37±1.01	-2.283	0.023*
Traditionalism of Korean food	3.26±1.13	3.16±1.17	0.610	0.542

\*p<0.05

<Table 11> Difference in the perception of the globalization of Korean food based on certificate of qualification

Variables	M±SD		t value	p value
	None	Obtain		
Event & publicity activities of Korean food	4.49±0.64	4.36±0.74	1.839	0.067
Markets expansion by various menu development	4.38±0.73	4.41±0.74	-0.350	0.726
Creative transformation for the present age	4.23±0.86	4.26±0.86	-0.286	0.775
Obtaining scientific evidence of superior nutrition	4.20±0.83	4.22±0.80	-0.305	0.761
Public relation utilizing mass media	4.14±0.79	4.20±0.82	-0.682	0.496
Localization of Korean food	4.00±0.87	4.25±0.78	-2.961	0.003*
Changing of thinking by consumer movement	3.96±0.85	4.14±0.75	-2.214	0.027*
Becoming tame tasted Korean food since childhood	3.98±0.79	3.94±0.86	0.436	0.663
Standardization and simplification of recipe	3.91±0.99	4.00±1.07	-0.871	0.384
Making of convenience food	3.80±0.92	4.01±0.95	-2.195	0.029*
Development of sauce and condiment	3.85±0.86	3.94±0.92	-1.090	0.276
Making of processed food	3.53±1.04	3.78±1.06	-2.284	0.023*
Making of fusion cuisine	3.37±1.02	3.28±1.01	0.849	0.396
Traditionalism of Korean food	3.07±1.19	3.26±1.14	-1.550	0.122

\*p<0.05

여 발전시켜야 한다고 조사된 바 있다.

3) 일반적인 특성에 따른 한식세계화를 위한 중요 속성 인식 조사대상자들의 일반적인 특성에 따른 한식세계화 중요 속성에 대한 인식의 평균값 차이 분석은 <Table 10>, <Table 11>과 같다. 전공에 따라서는 ‘대중매체를 이용한 홍보’, ‘조리법의 표준화와 간소화’, ‘한식의 편의식품화’, ‘한식의 가공식품화’, ‘한식의 퓨전화’가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(p<0.05). 전통조리전공 학생이 상대적으로 일반조리전공 학생보다 ‘대중매체를 이용한 홍보’, ‘조리법의 표준화와 간소화’, ‘한식의 편의식품화’, ‘한식의 가공식품화’의 필요를 높게 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 반면에 ‘한식의 퓨전화’는 일반조리전공학생이 더 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

자격증 유무에 따라서는 ‘한식의 현지화’, ‘국민의식의 변

화’, ‘한식의 편의식품화’, ‘한식의 가공식품화’가 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며(p<0.05), 자격증이 있는 학생이 자격증이 없는 학생보다 더 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

성별에 따라서는 ‘한식의 가공식품화’만이 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며(p<0.05), 상대적으로 여학생이 남학생보다 더 한식의 가공식품화가 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 학년제에 따라서는 ‘한식의 현지화’만이 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며(p<0.05), 상대적으로 4년제 학생이 2년제 학생보다 한식의 현지화가 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라 한식세계화를 위한 필요 속성에 대한 인식차이를 정리해 보면 14개 속성 중 ‘대중매체를 이용한 홍보’, ‘한식의 현지화’, ‘국민의식의 변화’,

&lt;Table 12&gt; Representative Korean food of selecting by students with food related majors

Rank	Variables	Frequency	%
1	Kimchi	264	24.0
2	Bulgogi	245	22.3
3	Doenjang jjigae	76	6.9
4	Galbi jjim	66	6.0
5	Tteok	44	4.0
6	Gochujang · Doenjang	43	3.9
7	Gujeolpan	39	3.5
8	Kimchi jjigae	34	3.1
9	Bibimbap	33	3.0
10	Japchae	32	2.9

‘조리법의 표준화와 간소화’, ‘한식의 편의식품화’, ‘한식 가공식품화’, ‘한식의 퓨전화’ 등의 7개 속성에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났는데( $p < 0.05$ ) 전공과 자격증 유무에 따라 인식의 차이가 크게 나타났다. 특히 ‘한식의 가공식품화’에서 성별, 전공, 자격증 유무에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 ‘한식의 가공식품화’에 대해서 가장 인식의 차이가 큰 것을 알 수 있다. 여학생이 남학생에 비해, 전통조리전공 학생이 일반조리전공 학생에 비해, 자격증이 있는 학생이 자격증이 없는 학생에 비해 한식세계화를 위해서는 한식의 가공식품화가 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

#### 5. 대표 한식 선정

조사대상자들은 한식을 대표하는 음식으로 김치(24.0%), 불고기(22.3%), 된장찌개(6.9%), 갈비(6.0%), 떡(4.0%), 장류(고추장·된장, 간장)(3.9%), 구절판(3.5%), 김치찌개(3.1%), 비빔밥(3.0%), 잡채(2.9%)를 뽑았으며, 그 외에 삼계탕, 청국장, 신선로, 떡볶이, 나물, 한과, 설렁탕, 보쌈, 너비아니, 삼겹살구이, 찜, 죽, 떡국, 김밥, 장아찌, 전골, 육개장, 젓갈, 콩나물밥(국), 물회, 비지찌개, 계장, 된장국, 홍어회, 김, 낙지볶음밥, 순두부찌개, 닭찜, 부대찌개, 만두, 밥, 냉면, 돼지국밥, 어선, 산적, 보신탕, 칼국수, 막국수, 육회, 곰탕, 갈비탕, 소주, 오미자차, 식혜 등 61개 음식을 다양하게 응답하였다. 가장 많은 응답을 한 음식은 <Table 12>와 같다.

조사대상자들은 큰 빈도수 차이로 ‘김치(24.0%)’와 ‘불고기(22.3%)’를 대표 한식으로 인식하고 있었으며, 전체적으로는 발효음식과 찌개류의 빈도수가 높았다. Jang 등(2005)과 Han 등(2007)의 연구에서도 김치를 세계적으로 발전가능성이 가장 크고, 중요한 한식으로 손 뽑은 바 있다.

### IV. 요약 및 결론

본 연구는 조리전공 대학생들을 대상으로 한식과 한식세계화에 대한 인식을 조사하고, 대학생들의 일반적인 특성에

따라 한식과 한식세계화의 인식에 어떠한 차이가 있는지 고찰하는데 목적이 있으며 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 한식에 대한 인식은 5.0 만점에 평균 3.25 이상으로 긍정적으로 나타났으며, ‘발효저장음식 발달함(4.82)’이 가장 높게 나타났다. ‘맛’이나 ‘색’, ‘영양’ 등 일반적인 속성 보다는 ‘발효저장음식’, ‘다양한 양념 사용’, ‘계절음식’ 등 한식의 독특한 개성을 나타내는 속성을 더 높게 평가하고 있는 것을 알 수 있었다.

둘째, 한식의 각 속성과 ‘세계 5대 음식으로의 진입’과의 영향 관계를 보면 ‘다른 나라에 비해 우수함’, ‘계절음식 발달함’, ‘약식동원 발달함’이 정(+)의 관계에 있는 것으로 나타났다. 하지만 ‘다른 나라보다 우수하다(12순위)’는 상대적으로 낮게 평가한 것으로 나타나 한식세계화를 위한 전문 인력이 되기 위해선 한식에 대한 긍지와 자부심을 키우는 것 또한 중요한 과제로 남는다고 하겠다. 또한 통계적으로 유의하게 나타나지는 않았지만 선행연구들에서 ‘맛’에 중요도를 두었던 것과는 달리 ‘맛이 좋음’과 ‘우리 입맛에 맞음’이 오히려 부(-)의 영향을 주는 속성으로 나타났다.

셋째, 현재 ‘한식세계화의 위상’에 대해서는 5.0 만점에 평균 2.55로 낮게 평가하였고, ‘세계 5대 음식화’를 통한 한식세계화의 전망에 대해서는 평균 4.34로 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

넷째, 조사대상자들은 한식세계화를 위해서는 ‘한식에 관한 행사개최와 홍보’, ‘다양한 메뉴개발로 소비시장 확대’, ‘시대에 맞는 변형 및 의식 변화’ 등을 필요로 하며(평균 4.24 이상), ‘전통한식을 고수’ 하기보다는 ‘창의성 있는 변형’과 ‘한식의 현지화’를 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 나타났다. 주로 ‘한식의 현지화’, ‘한식의 편의식품화’, ‘한식의 가공식품화’ 등에서 인식의 차이가 나타났는데, 대체적으로 전통조리전공 학생, 자격증이 있는 학생, 여학생들이 더 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이에 비해 ‘한식의 퓨전화’는 일반조리전공 학생들이 더 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 조사대상자들이 선정한 대표 한식은 김치(24.0%)와 불고기(22.3%)로 나타났으며 전체적으로는 발효음식과 찌개류의 빈도수가 높았다.

조사대상자는 졸업 후 ‘외식업체 취업(35.3%)’, ‘요리유향(16.2%)’, ‘전공 관련학과 편입 및 진학(15.7%)’, ‘창업(10.7%)’, ‘식품업체 취업(9.6%)’, ‘전공 관계없이 취업(8.4%)’, ‘요리강사 활동(4.1%)’ 순으로 진로를 희망하는 것으로 나타났으며, 조사대상자의 31.9%가 요리를 계속 공부하고 싶어 하는 것으로 나타났다. 조사대상자들의 14.0%가 자격증 3개 이상을 가지고 있었으며 자격증 5개 이상도 2.8%로 조사되었다. ‘한식조리기능사(34.6%)’, ‘양식조리기능사(27.0%)’가 많았으며, 다음은 ‘제빵기능사’, ‘제과기능사’, ‘중식조리기능사’, ‘일식조리기능사’의 순으로 나타났다.

이상의 연구 결과로 다음과 같은 시사점을 찾아볼 수 있



을 것이다. ‘맛’, ‘영양’ 등의 일반적인 음식의 질적 가치보다는 한식 고유의 독창적인 부가가치를 드러낼 수 있는 발효음식, 계절음식, 약선음식 등 한국적 음식문화코드의 개발이 필요할 것으로 생각된다. 전통한식을 고수하기 보다는 현대에 맞는 창의성 있는 변형이 필요하며, 한식의 가공식품화·편의식품화의 활용과 현지인의 입맛을 고려한 한식의 현지화도 적용해야 할 것이다. 또한, 한식과 한식세계화에 긍정적으로 인식하였지만, 전공유형(전통조리·일반조리)에 따라서 인식의 차이가 나타났다. 대체로 전통조리 전공학생들이 더 긍정적이었으며 개방적인 태도를 보이므로, 한식에 대한 관심과 지식의 정도에 따라 한식세계화의 미래는 달라질 수 있을 것으로 생각된다. 이는 곧 한식을 전문화한 교육환경이 필요하다는 것을 시사하는 것이라고 하겠다.

향후 대학 교육기관들은 한식세계화 비전 공유를 통해 사명감을 가지고 한식조리 교육을 더욱 강화할 필요가 있다고 보이며, 정부는 적극적인 한식외식기업의 육성 및 한식조리의 중요성을 홍보하여 학생들이 한식조리 전공에 대한 자부심을 갖도록 하여야 할 것이다. 한식조리 전문 인력 양성은 외식산업과 농식품산업의 부가가치를 증대시킬 뿐만 아니라 한식을 세계 5대 음식화하고자 하는 한식세계화 목표 달성에 크게 기여할 것이다. 그러기 위해서는 정부, 학계, 외식업체가 함께 공동협업을 통하여 학생들을 한식세계화를 위한 전문 인력으로 이끌고 양성해나가는데 힘을 기울여야 할 것이다.

#### ■ 참고문헌

- 농림부. 2004. 국산농산물 활용증진을 위한 전통외식산업의 발전 및 세계화전략. pp 200-207
- 농림수산식품부. 2008. 세계적 한식 요리 아카데미 육성모델 개발. pp 49-58
- 문화관광부. 2005. 한 브랜드화 정책포럼 자료집. pp 25-38
- 삼성경제연구소. 2003. 한국음식의 상품화·국제화 전략. pp 18-71
- Chang HJ, Yang IS, Chung LN, Shin SY. 2004. The Study on the Present Status of Overseas and Domestic Tourism Products Focusing on Traditional Foods. *Korean J. Food Culture*, 19(4):392-398
- Chang MJ, Cho MS. 2000. Recognition and Preference to Korean Traditional Food of Foreign Visitors in Korea. *Korean J. Food Culture*, 15(3):215-223
- Cho JO. 2005. Study on Traditional Food Recognition and Preference of University Students: With some university students in Seoul city and Gyeonggi province. Masters degree thesis. Kyonggi University. pp 51-64
- Gang MS, Chyun JH. 2006. A Study on the Perception and the Knowledge of the Korean Traditional Food in the Elementary Schoolchildren of Incheon. *Korean J. Food Culture*, 21(2):107-115
- Han GJ, Lim YS, Kim HR. 2007. Resident survey evaluating the degree of value placed on traditional Korean foods in the Kyunggi and Kangwon areas of Korea. *Korean J. Food Cookery Sci*, 23(1):124-139
- Han GJ, Lim YS. 2007. Perceptions of residents in the Chungcheong area on commercialization of traditional Korean foods as convenience foods. *Korean J. Food Cookery Sci*, 23(2):205-220
- Han JS, Kim JS, Kim SY, Kim MS, Otani K, Minamide T. 1998. A Survey of Japanese Perception of and Preference for Korean Foods. *Korean J. Soc. Food Sci*, 14(2):188-194
- Han YO. 2003. The Study on Korea Food Service Industry Status of Advancing into Chinese Market; center on Shim-yang Region of China. *Korean Journal of Culinary Research*, 9(1):139-155
- Jang DJ, Kim SA, Kim SH, Lee KK, Lee HJ. 2005. Survey of Consumer Perception for Derivation of Superior Factors in Various Korean Traditional Foods. *Korean J. Food Cookery Sci*, 21(6):800-812
- Jang SJ. 2007. Export Promotion Policy of Food. *Food Industry and Nutrition*, 12(1):1-7
- Jin YH, Cho JO. 2007. The Effect of the Next Generation's Recognition of Traditional Food on the Popularization of Foodservice Industry. *The Korean Journal of Culinary Research*, 13(3):1-11
- Joo NM, Sim YJ, Lee KA, Jeong HS, Park SJ, Chun HJ. 2001. The Perception and Preference of Americans Residing in Korea for Korean Traditional Food. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 39(6):15-23
- Kang DW. 2003. A Study for Advancing into European Market of Korean Cuisine & the Comparison between Korean Cuisine Culture and European Cuisine Culture. *Korean Journal of culinary Research*, 9(3):88-101
- Kang JH, Kim JE. 2009. A Study of the Perception of the Superior Factors to of korean Traditional Foods by College Students with Food Related majors. *Korean J. Food culture* 24(2):155-163
- Khoe KI, Rowe SJ, Lim HC. 2007. A Study on International Marketing Strategies for Korean Traditional Food. *International commerce and Information Review*, 9(2):375-397
- Khoe KI, Sul WS. 2008. A Study on the Entering Strategies of Korean Traditional Food in Chinese Market. *Korean journal of food marketing economics*, 25(2):125-152
- Kim JS. 2006. Universalizing Korean Food. *Korean J. Food Culture* 20(5):499-507
- Kim KH, Cho MS. 2002. A Study on Determination Factors for Traditional Food Development in Jeju. *Journal of Culture & Tourism*, 4(1):115-138
- Kim SA, Lee MA, Kim EM, Lee SJ. 2004. The Gap Analysis of Recognition and Preference for Korean Traditional Foods

- and Restaurants between Foreign Visitors and Foreign Residents. *Korean J. Soc. Food cookery Sci.* 20(6):75-85
- Kim SH. 2004. Korean Menu Preference and Buying Behaviors on the Japanese Residents in Korea. *Journal of Foodservice Management*, 7(3):129-148
- Kim SM. 2000. Attitudes of the university students in the Kyung book area on the traditional foods (1). *Korean J. Soc. Food Sci* 16(1):27-35
- Kim TH, Lee EJ, Choi JY. 2007. The Globalization of Korean Cuisine through the Brand chefs-Focused on the Examples of Success in Japan. *Korean J. Food Culture* 22(6):682-689
- Koh JC. 2000. A Study of the Market Entry Strategies of Korean Food Service Industry into China-focused on the Korean Food and Service. Doctoral degree thesis. Kyung Hee University. pp 165-178
- Koo NS. 1995. A Study on College Student's Perception and Preference of Korean Traditional Foods in Taejon. *Korean J. Dietary Culture*, 10(4):357-366
- Kweon SY, Yoon SJ. 2006. Recognition and Preference to Korean Traditional Food of Chinese at Seoul Residence. *Korean J. Food Culture* 21(1):17-30
- Lee DH, Khoe KI, Sul WS. 2007. How Knowledge and Preference on Korean Food Influence the Purchasing Demand of Chinese Residents in Korea. *Korean journal of food marketing economics*, 24(3):19-41
- Lee KA, Jang YA, Kim WK. 1993. A Study on University Student's Knowledge and Opinion of the Korean Traditional Foods (2)-The evaluation and option for improvement on the Korean traditional foods. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 31(4):183-191
- Lee YJ, Lee SB. 2008. Influences of Globalization Strategy Factors of Korean Food on Country Image, Attitudes toward Korea and Product Buying Intention of Chinese and Japanese Consumers. *Korean Journal of hospitality administration*, 17(3):117-135
- Lee YJ, Seo YJ, Joo HS, Choi SK. 2005. A Study on the Satisfaction for the Menu Quality of Korean Traditional Food of Japanese Tourists. *Korean J. Food Culture*, 20(2):283-291
- Lee YJ. 2007. A Study on Difference between the Importance and Performance of the Role of Food Coordinator for the Globalization of Korean Food. *Korean J. Food Culture*, 22(5):544-555
- Lee YJ. 2007. A Study on the Recognition, Satisfaction, and Revisit Intentions of Japanese Tourists based on Traditional Korean Foods *Korean J. Food Cookery Sci*, 23(1):156-164
- Min GH. 2003. A Study on the Recognition and Preference for Traditional Foods of University Student in Jeonla-Buk Area. *Korean Journal of culinary Research*, 9(2):127-147
- Na JK. 2007. A Study on Globalization of Korean Restaurants. *Journal of Foodservice Management*, 10(2):156-179
- Ro SB, Shin AS, Kil JO. 2001. A Study on the Traditional Fast Food Development of College Students in Busan. *Korean J. Food Culture* 16(2):81-88
- Seo KH, Lee SB, Shin MJ. 2003. Research on Korean Food Preference and the Improvement of Korean Restaurants for Japanese and Chinese Students in Korea. *Korean J. Soc. Food Cookery Sci*, 19(6):715-722
- Sim YJ, Jung BM, Kim ES, Joo NM. 2000. A survey for the international spread of Korean food from the Korean residents in the U. S. *Korean J. Soc. food Sci*, 16(3):210-215
- Yang IS, Chang HJ, Shin SY, Chung LN. 2004. Inbound Tourism Product Development of Korean Traditional Food Culture. *Journal of Foodservice Management*, 7(3):87-116
- Yoon HR. 2005. A Study on Recognition and Preference of Korean Foods for Foreigners in Different Nationality. *Korean J. Food Culture*, 20(3):367-373

---

2009년 9월 23일 신규논문접수, 11월 17일 수정논문접수, 11월 18일 채택