

식생활라이프스타일이 한식소비와 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향

Effect of a Food-Related Lifestyle on the Consumption of and Satisfaction with Korean Foods, and Intention to Revisit

김경희
신라대학교 경영학과

Kyung-Hee Kim(khkim@silla.ac.kr)

요약

본 연구는 국내소비자들을 대상으로 식생활라이프스타일을 파악하여 한식소비행동에 있어서 인구통계적인 특성비교와 한식에 대한 만족도 및 재방문의도를 살펴보고자 하였다.

연구결과 식생활라이프스타일은 건강추구, 편의성, 안전성, 경제성, 맛추구요인 등 다섯 가지 차원으로 도출되었다. 소비자의 식생활라이프스타일은 성별, 거주지역, 연령, 직업, 학력, 소득 등 인구통계적 특성과 한식소비행동특성 등에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 확인하였다. 구체적으로 20대 연령층의 식생활라이프스타일은 편의성과 맛추구성향이 높으며, 40대 이상 연령층은 경제성과 맛을 동시에 추구하는 성향을 보이고 있었다. 전체적으로는 안전성추구성향이 가장 높게 나타났다.

그리고 만족도에 가장 영향을 미치는 식생활라이프스타일은 건강과 맛추구요인으로 나타났으며, 만족도는 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 한식 | 식생활라이프스타일 | 만족도 | 재방문의도 |

Abstract

This study aimed to look into a comparison of the demographical characteristics concerning behavior toward the consumption of and satisfaction with Korean foods, and intention to repurchase Korean foods by identifying the food-related lifestyles of Korean consumers.

As a result of research, food-related lifestyle was divided into five dimensions, namely the pursuit of health, convenience, safety, economic efficiency, and the pursuit of taste factors. Consumers' food-related lifestyles were confirmed to exhibit a significant difference according to demographic characteristics, such as gender, residential area, age, occupation, educational background, and income, and to the characteristics of their consumption behavior of Korean foods. In detail, the food-related lifestyles of consumers in their twenties showed a higher tendency for convenience and the pursuit of taste factors, and consumers in their forties or over were likely to pursue both economic efficiency and taste factors at the same time. Overall, the pursuit of safety was discovered as being the highest tendency.

Also, the food-related lifestyle that most significantly affected satisfaction with Korean foods appeared to be health and the pursuit of taste factors, and satisfaction were found to have a significant effect on the intention to revisit.

■ keyword : | Korean Foods | Food-Related Lifestyles | Satisfaction | Intention to Revisit |

I. 서론

문화의 여러 요소 중 음식문화는 국가 또는 민족의 정체성을 가장 잘 나타내주는 것으로 음식과 음식문화의 산업화는 농식품수출의 관련산업 뿐만 아니라 국가의 여타 산업의 인지도 및 신뢰도 등을 높이는 역할도 수행하고 있다[1].

이미 오래전부터 세계 각국은 자국의 음식을 세계화하여 상업적으로 큰 성공을 거두고 있다. 대표적으로 일본과 태국, 이탈리아 등을 예로 들 수 있다. 이에 한국도 2017년까지 한식을 프랑스, 태국, 중국, 이탈리아와 함께 ‘세계 5대 음식’으로 육성하겠다는 비전 아래 ‘한식세계화’사업을 추진하고 있다. 한식은 우리 고유의 음식으로서 한국 식문화의 대표성과 상징성을 지닌 산업화가 가능한 음식으로 정의할 수 있다[2][3].

WHO는 한식에 대해 영양학적으로 균형을 갖춘 모범식이라고 하였으며, 미국의 유명 건강잡지 헬스지는 김치를 세계 5대 건강식으로 선정한 바 있다[1]. 이와 같이 한식은 세계적으로 자연식, 발효음식, 건강지향형 음식으로 인정받고 있고 21세기 세계시장에서 웰빙과 슬로우푸드 트렌드와 부합하며 세계화의 잠재력을 갖추고 있다고 볼 수 있다.

국내 외식시장에서 한식이 차지하는 비중은 높지만 한식에 대한 체계적인 연구는 다국적 브랜드의 외식시장에 비해서는 부족한 실정이다. 대부분 한국을 방문한 관광객과 유학생 중심의 외국인과 내국인을 대상으로 한식당 서비스품질관련연구[4-6]와 한식메뉴의 선호도 및 선택속성, 만족도[7-10] 측면에서 많은 연구가 진행되고 있다.

경쟁이 치열한 외식시장에서 한식이 경쟁력을 지니기 위해서는 기존연구에서 한 단계 벗어나 소비자의 식생활라이프스타일에 근거한 한식소비자의 특성과 만족정도를 파악할 필요가 있다. 즉, 식생활라이프스타일추구성향에 따라 한식소비자들의 소비행태에 어떠한 차이가 발생하는지를 구체적으로 살펴볼 필요가 있겠다.

라이프스타일은 소비자의 어떤 행동을 이해하는데 매우 유용한 도구로서 소비패턴, 구매행동, 상표선택 등을 효과적으로 예측할 수 있으며, 외식분야에서는 식생

활에 기초한 라이프스타일을 분석하여 음식소비, 구매, 외식 등에 대한 가치와 문화 등 많은 연구가 진행되고 있다[11][12].

그러나 지금까지 국내에서 진행되어온 식생활라이프스타일 관련 연구는 주로 다국적브랜드의 기업형 레스토랑의 선택속성비교[13][14]와 군집별 세분집단 간 외식소비성향에 관한 연구[12][15-17]로 진행되어오고 있다. 국내 외식시장에서 식생활라이프스타일에 기초한 한식소비자의 특성을 파악한 연구는 부족한 상황이다.

따라서 본 연구에서는 전문한식당을 이용한 한식소비자들을 대상으로 식생활라이프스타일을 파악하여 한식소비행동에 있어서 인구통계학적인 일반적인 특성비교와 만족도 및 재방문의도를 살펴보고자 한다.

이러한 연구는 한식관련 외식기업이 국내시장에서 세계외식기업과 경쟁에서 우위를 달성하는데 있어서 기초적인 전략적 시사점을 제공할 수 있을 것이라고 생각된다.

II. 이론적 고찰

1. 국내 한식시장의 현황

지금 국내 외식기업의 시장 환경은 미래에 대한 불확실성, 소비자욕구의 다양화, 경쟁심화 등으로 빠르게 변화되고 있다. 지난 2007년 국내 외식업소는 총 55만개로 56조 9천 518억원을 기록했는데, 이는 1998년 대비 두 배 이상이 증가한 금액이다. 외식 시장의 업소 형태별 비중을 살펴보면, 2009년 기준 한식 57%, 기타 24%, 분식 8%, 중식 5% 등의 순이었다[18].

국내 외식시장에서 한식은 규모면에서는 높은 시장 점유율을 보이고 있으나 최근 한식당은 다국적 외식업에 비해 낮은 경쟁력으로 인해 어려움을 겪고 있다. 게다가 한국을 방문하는 외국인들에게 한식에 대한 특별한 경험을 제공할 수 있는 국내 특급호텔 한식당의 경우 몇 년 전부터 영업상의 이익이 나지 않는다는 이유로 대부분 폐지되고 있는 추세로 한식세계화와는 반대의 양상을 보이고 있다. 한식의 위기는 특급호텔에서만 나타나고 있는 것이 아니다. 한정식 전문식당들도 음식

재료와 인건비 등 원가부담으로 큰 데다 내국인의 선호도가 떨어져 경영수지가 악화되고 있다[19].

오히려 국내에 진출한 외국음식들이 한국식으로 모습을 바꾸고 우리 식탁을 점령하고 있다. 특히, 유행에 민감한 젊은 연령층은 기존의 한식보다는 새로운 다국적 외식업체의 다양한 외식문화를 즐기는 경향이 더욱더 증가하고 있는 실정이다.

한식세계화는 우리의 우수한 음식을 통하여 우리나라의 전통과 문화를 세계에 알려 국가의 위상을 높이는 한편, 농식품의 부가가치 향상으로 국가경제에 기여하는 것을 목표로 삼고 있다. 한식세계화를 위해서는 우선 국내 소비자들의 가장 기본적인 식생활라이프스타일을 파악할 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 서울, 부산지역 거주자들을 대상으로 소비자 개인적 특성에 따라 식생활라이프스타일의 차이점을 파악하고 한식에 대한 만족도와 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

2. 식생활라이프스타일에 관한 선행연구

초기 식생활라이프스타일 연구는 Grunert Brunso & Bisp(1995)에 의해 식품의 품질적인 측면, 식품의 소비 행동측면, 식품구매동기 등을 중심으로 문항들을 개발하여 프랑스인들의 식생활라이프스타일을 파악하는 것으로 시작되었다[20]. Ryan(2004)은 아일랜드인의 식생활라이프스타일요인 여섯 가지를 도출하여 이에 따른 간편식이용행태에 관한 연구를 실시하였다[21].

국내 외식산업에서 식생활라이프스타일에 관한 연구는 대부분 식생활라이프스타일유형을 군집화하여 세분집단별 전반적인 외식소비성향연구[12][16]와 레스토랑 선택속성 비교연구[13][14][22]가 주를 이루고 있다.

대표적으로 정효선, 윤혜현(2007)은 수도권지역 대학생을 중심으로 식생활라이프스타일을 유형화한 결과 건강지향형, 식생활무관심, 미각지향형, 안전지향형, 식생활고관심집단 등으로 분류되었으며 이들 군집별 외식소비성향을 비교분석하였다[16]. 설훈구 등은(2007)은 군집별 식생활라이프스타일을 파악한 결과 양식/외식 선호형, 외식/간편선호형, 웰빙추구형, 미식가형 등으로 분류되었으며 각 군집별 외식 추구편익에 유의한 차

이가 있음을 연구결과 제시하였다[12]. 또한, 김미정 등은(2007) 건강추구형, 미각추구형, 유형추구형, 분위기추구형, 안전추구형 등 다섯 가지 차원의 식생활라이프스타일요인이 레스토랑선택속성과의 상관관계분석을 실시한 결과 유의적인 관계가 있음을 제시하였다[14]. 김경희·김경민(2010)[23]은 중국시장을 대상으로 중국 소비자들의 식생활라이프스타일을 유형화한 결과 식생활고관심집단, 미각지향형집단, 간편성지향형집단, 경제적·안전지향형집단 등 네 개의 세분집단으로 분류하였으며, 중국시장에서 각 세분시장별 한식의 전략적 시사점을 제시하였다.

앞에서 살펴본 바와 같이 대부분 식생활라이프스타일을 유형화하여 세분집단별 외식시장의 전체적인 소비성향을 비교한 연구가 주로 진행되어왔으며 국내시장에서 한식자체에 초점을 두고 진행되어온 연구는 부족한 실정이다.

3. 소비자만족도 및 재방문의도

Oliver(1981)는 소비자만족이 구매 후 태도에 영향을 미치며 이러한 태도는 재방문의도에 영향을 미치고 있음을 발견하였다[24]. 재방문의도는 특별한 서비스제공자와 관계를 유지하고 해당 카테고리의 서비스에 대한 재구매를 위해 방문하며 기존 서비스제공자와 관계를 유지하는 것이다[25].

국내 외식분야에서도 소비자만족 및 재방문의도와 관련하여 많은 연구가 진행되어왔으며, 소비자만족은 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 연구결과 제시되고 있다[26-28].

III. 실증연구

1. 연구가설과 연구모형

본 연구는 식생활라이프스타일요인에 따라 한식소비자의 일반적 특성과 한식소비성향, 만족도 및 재방문의도에 관해 살펴보고자 하였다. 따라서 본 연구목적을 달성하기 위한 연구가설과 연구모형을 다음과 같이 설정하였다.

박기용(2008)은 유행지향, 성공지향, 레저문화지향, 건강지향, 외식활동지향 등의 라이프스타일에 따라 인구통계학적 특성과 뷔페레스토랑 이용행태에 유의한 차이가 있음을 확인하였다[29]. 또한 설훈구(2007)[12], 김미정 등(2007)[14]의 연구에서도 식생활라이프스타일에 따라 인구통계적 특성에 유의한 차이가 있음을 연구결과 확인하였다. 이와 같은 선행연구들을 바탕으로 다음과 같이 가설 1을 설정하였다.

연구가설 1. 소비자의 식생활라이프스타일은 인구통계적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

전원배·박인규(2001)[13]와 김미정 등(2007)[14]의 연구에서 라이프스타일에 따라 소비자의 레스토랑선택에 유의한 차이가 있음을 확인하였다. 또한, 반주원(2008)[15]은 서울시 여성 소비자의 라이프스타일에 따라 전반적인 외식행동에 유의한 차이가 있음을 연구결과 제시하였다. 정효선·윤혜현(2007)[16]은 수도권 지역 대학생들을 대상으로 식생활라이프스타일에 따른 외식소비성향에 관한 연구결과 식생활라이프스타일이 소비자의 외식생활에 있어서 중요한 요소로서 작용하고 있음을 파악하였다.

이와 같은 선행연구들을 바탕으로 다음과 같은 가설 2를 설정하였다.

연구가설 2. 소비자의 식생활라이프스타일은 한식 소비성향에 따라 차이가 있을 것이다.

허선귀(2007)는 식생활라이프스타일유형에 따른 가정대용식 구매 후 만족도 연구에서 통계학적으로 만족도에 유의한 차이가 있는 것으로 연구결과 제시하였다. 따라서 다음과 같은 가설 3을 제시하였다.

연구가설 3. 소비자의 식생활라이프스타일은 한식 소비자의 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

서선희·류경미(2009)[10]는 중국 현지의 한식에 대한 인식과 한식레스토랑 만족도 및 재방문의도에 관한 연구결과 만족도가 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 특히, 한식당 방문빈도가 높은 고객들이 더 만족도가 높은 것으로 나타났다. 국내 외식시장서도 이창기·권영린(2001)[26], 이재주 등(2003)[27]과 고재운 등(2006)[28]의 연구에서도 소비자 만족도가 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것

로 나타났다. 이에 따라 다음과 같은 가설 4를 설정하였다.

연구가설 4. 소비자의 만족도는 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

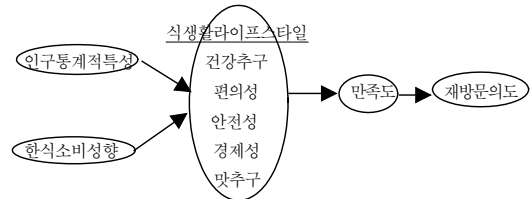


그림 1. 연구모형

2. 연구대상과 분석방법

연구대상은 전문한식당 이용경험자를 대상으로 선정하였으며, 서울과 부산지역 거주자대상으로 설문자료를 수집하였다. 설문의 응답은 직접 응답자가 기입하는 자기기입법으로 조사하였다.

설문조사기간은 2009년 6월 초부터 말까지 약 한 달 동안 수집하였으며 총 756부의 유효한 표본이 최종 분석에 사용되었다. 모든 설문문항은 7점 리커트척도로 구성하여 적용하였으며 ‘전혀 그렇지 않다’(1점)에서 ‘매우 그렇다’(7점)으로 측정하였다. 구체적인 설문문항 내용은 선행연구들을 기초로 하여 본 연구목적에 적합하도록 부분적인 수정을 통해 식생활라이프스타일을 파악하기 위한 문항은 20개 문항[12][13][16][23], 인구통계적 변수 측정문항 6개 문항, 한식소비성향 관련문항 7개 문항, 경험한 한식에 대한 전반적인 소비자 만족도 3개 문항과 재방문의도 1문항으로 구성하였다. 만족도 문항은 ‘경험한 한식에 대해 전반으로 만족한다’, ‘해당 한식의 맛에 만족한다’, ‘해당 한식의 메뉴에 만족한다’ 등의 세 개 문항을 평균한 값을 적용하였다.

수집된 자료의 통계분석은 한글 SPSSWIN 18.0을 이용한 Frequency Analysis, Factor Analysis, Reliability Analysis, Multiple Regression Analysis, T-test, One-way ANOVA 등을 실시하였다.

3. 연구결과 및 해석

3.1 표본의 인구 통계적 특성과 식생활라이프스타일

표본의 인구 통계적 특성은 [표 1]과 같다. 남성 390명(51.6%), 여성 366명(48.4%)이며 연령층은 30대가 319명(42.2%)으로 가장 높은 비율을 보이고 있다. 전문 한식당 이용시 1회 지출비용은 2만원 이하 236명(31.3%), 4만원 이하 240명(31.7%)이 높게 나타나고 있다.

표 1. 인구 통계적 특성과 한식 소비성향

문항	구분	빈도(%)	문항	구분	빈도(%)	
성별	남성	390(51.6)	학력	고졸	159(21.0)	
	여성	366(48.4)		대학재학중	139(18.4)	
연령	20대	189(25.0)	월 평균 가계 소득	대졸	344(45.5)	
	30대	319(42.2)		대학원이상	114(15.1)	
	40대	151(20.0)		200만원이하	229(30.3)	
	50대 이상	97(12.8)		201-300	220(29.1)	
직업	대학생	137(18.1)	지역	301-400	159(21.0)	
	자영업	237(31.3)		401-500	71(9.4)	
	전문직	134(17.7)		501만원이상	77(10.2)	
	사무직	175(23.1)		부산	421(64.1)	
한식당 1회 지출비용	기타	73(9.7)	지역	서울	236(35.9)	
	2만원이하	236(31.3)		월 평균 외식비	10만원이하	248(32.8)
	4만원이하	240(31.7)			30만원이하	401(53.0)
	6만원이하	183(24.2)			50만원이하	76(10.0)
6만원이상	97(12.8)	51만원이상	31(4.2)			
한식당 선택 이유	친구모임	210(27.8)	외식 선호 한식	전통한식	247(32.7)	
	직장동료회식	128(16.9)		궁중식	85(11.2)	
	집대(비즈니스)	27(3.6)		퓨전한식	167(22.1)	
	가족외식 및 연인	270(35.7)		지방토속음식	107(14.2)	
주 방문 횟수	단순끼니해결	81(10.7)	지방토속음식	제철음식	150(19.8)	
	다양한 음식경험	40(5.3)		메뉴 결정 여부	방문 전 결정	354(46.8)
	1회 이하	504(66.8)			방문 후 결정	402(53.2)
	2회	113(15.0)			선호 한식 메뉴	불고기
3회 이상	138(18.3)	갈비(찜)	87(11.5)			
선호 한식 메뉴	보쌈	86(11.4)	된장찌개	82(10.8)		
	비빔밥	73(9.7)	김치찌개	63(8.3)		
	삼계탕	61(8.1)	순두부	53(7.0)		
	기타	148(19.6)	총 합계 756명(100%)			

월평균외식비는 30만원 이하 401명(53.0%)로 가장 높은 비율을 보이며, 전문 한식당 선택이유로 가족 및 연인과의 외식이 270명(35.7%)으로 높게 나타나고 있다. 외식시 선호한식에서는 전통한식 247명(32.7%), 퓨

전한식 167명(22.1%)이 높은 구성 비율을 보이고 있다. 구체적으로 가장 선호하는 한식메뉴를 조사한 결과 불고기, 갈비(찜), 보쌈, 된장찌개, 비빔밥 순으로 나타났다.

표 2. 식생활라이프스타일 요인분석과 신뢰도분석

구분	측정항목	요인 적재량	Eigen value (분산 %)
F1	건강을 위해 음식을 가려 먹음	0.788	4.608 (21.942) $\alpha = 0.840$
	건강식품, 자연식품 등을 자주 이용	0.787	
	음식을 먹을 때 영양가를 고려하는 편 비만을 고려한 식생활	0.758	
F2	인스턴트식품을 잘 먹는 편	0.768	2.357 (33.165) $\alpha = 0.643$
	백화점, 슈퍼 등에서 조리가 다 된 음식을 흔히 구입	0.756	
	바쁠 때는 빵, 우유 등으로 끼니를 해결 식사준비나 식사에 드는 시간은 짧은 게 좋음	0.707 0.488	
F3	식품용 구입시 유효기간을 항상 확인	0.790	1.760 (41.547) $\alpha = 0.677$
	식품첨가물 고려함	0.674	
	식품용 구입시 내용물의 성분확인	0.637	
	모르는 회사의 제품은 구입하지 않음	0.522	
F4	여러 가게나 물건을 비교한 후 식품용 구입	0.668	1.501 (48.693) $\alpha = 0.624$
	활인되고 있는 식품용을 우선 고려하는 편	0.624	
	대개 식품용 구입 전에 목록을 작성	0.616	
	충동구매로 식품용을 구입하지 않는 편	0.529 0.520	
F4	맛집을 찾아다니며 먹는 편	0.780	1.129 (54.068) $\alpha = 0.618$
	맛의 차이를 잘 느끼는 편	0.688	
	다양한 맛을 위해 매번 식당을 바꾸는 편	0.675	
	음식선택에 있어서 영양보다 맛을 우선시하는 편	0.484	
KMO와 Bartlett의 검정 0.824 (유의확률=0.000)			

다음으로 식생활라이프스타일을 요인분석결과 [표 2]와 같이 다섯 가지 차원으로 도출되었다. 요인분석시 요인적재치 0.4이하는 제거하였다. 각 개별구성항목들의 특성을 고려하여 건강추구요인, 편의성추구요인, 안전성추구요인, 경제성추구요인, 맛추구요인 등으로 명명하였다. 또한 각 요인별 신뢰도 분석결과 α 값이 0.6이상으로 높은 신뢰성을 보이고 있다.

3.2 한식소비자의 식생활라이프스타일 추구성향

먼저, 가설 1을 검증하기 위한 인구 통계적 특성변수에 따른 식생활라이프스타일의 차이를 파악하기 위해 T-test 및 분산분석(One-Way ANOVA)를 실시한 결과 [표 3-5]와 같다.

표 3. 성별, 지역에 따른 식생활라이프스타일 차이분석

구분	성별	M(S,D)	지역	M(S,D)
건강	남성	4.31(1.281)	부산	4.35(1.216)
	여성	4.27(1.317)	서울	4.16(1.383)
		<i>T-value=0.378</i>		<i>T-value=1.756</i>
편의성	남성	3.92(1.273)	부산	3.72(1.294)
	여성	3.68(1.233)	서울	3.93(1.253)
		<i>T-value=-2.666**</i>		<i>T-value=-2.010*</i>
안전성	남성	4.81(1.035)	부산	5.05(1.011)
	여성	5.15(1.079)	서울	4.89(1.132)
		<i>T-value=-4.387***</i>		<i>T-value=1.780</i>
경제성	남성	4.27(0.972)	부산	4.43(0.912)
	여성	4.46(0.922)	서울	4.33(1.026)
		<i>T-value=-2.713**</i>		<i>T-value=1.227</i>
맛	남성	4.61(1.008)	부산	4.64(0.954)
	여성	4.66(0.962)	서울	4.65(1.012)
		<i>T-value=-0.651</i>		<i>T-value=-0.160</i>

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

구체적으로 살펴보면, [표 3]의 성별, 지역에 따른 식생활라이프스타일 차이분석결과 성별에서는 편의성, 안전성, 경제성 등에서 집단 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 남성(3.92)의 경우 식생활에 있어서 편의성(3.92)을 더 추구하는 경향이 높게 나타났으며 여성의 경우는 안전성(5.15)과 경제성(4.46)을 더 추구하는 경향이 높은 것으로 확인되었다. 또한, 지역별 식생활차이비교에서는 부산지역(3.72)보다 서울지역(3.93) 소비자들이 식생활추구에 있어서 편의성추구요인이 더 높은 것으로 나타났다.

연령별 비교에서는 식생활라이프스타일 추구 요인 모두에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 건강요인에서는 30대(4.41), 40대(4.40)가 관심이 가장 높고, 편의성요인에서는 20대(4.14)가 추구성향이 가장 높은 집단으로 나타났다. 안전성요인에서는 50대 이상(5.20)이 가장 높게 나타났으며, 경제성에서는 50대(4.48), 30대(4.46)의 비율이 가장 높았다. 맛추구요인에서는 20대(4.74), 30대(4.71)가 가장 높게 나타났다.

표 4. 연령, 직업에 따른 식생활라이프스타일 차이 분석

구분	연령	M(S,D)	직업	M(S,D)
건강	20대	3.97(1.425)	대학생	4.09(1.464)
	30대	4.41(1.239)	자영업	4.34(1.262)
	40대	4.40(1.277)	전문직	4.22(1.339)
	50대이상	4.34(1.170)	사무직	4.49(1.143)
			기타	4.17(1.315)
		<i>F-value=5.197**</i>		<i>F-value=2.147</i>

편의성	20대	4.14(1.205)	대학생	4.30(1.239)
	30대	3.95(1.147)	자영업	3.49(1.365)
안전성	40대	3.40(0.996)	전문직	3.89(1.180)
	50대이상	3.32(1.711)	사무직	3.89(1.084)
			기타	3.54(1.147)
		<i>F-value=16.939***</i>		<i>F-value=10.681***</i>
경제성	20대	4.72(1.067)	대학생	4.87(1.111)
	30대	5.01(1.068)	자영업	5.18(1.048)
안전성	40대	5.06(1.021)	전문직	4.83(1.074)
	50대이상	5.20(1.073)	사무직	4.90(1.030)
			기타	4.94(1.068)
		<i>F-value=5.682**</i>		<i>F-value=3.373*</i>
경제성	20대	4.20(1.013)	대학생	4.37(1.017)
	30대	4.46(0.898)	자영업	4.42(0.932)
안전성	40대	4.29(0.907)	전문직	4.28(0.942)
	50대이상	4.48(1.029)	사무직	4.36(0.892)
			기타	4.31(1.056)
		<i>F-value=3.740*</i>		<i>F-value=0.510</i>
맛	20대	4.74(0.968)	대학생	4.77(0.946)
	30대	4.71(0.999)	자영업	4.63(0.980)
안전성	40대	4.50(0.977)	전문직	4.59(0.937)
	50대이상	4.35(0.925)	사무직	4.68(0.968)
			기타	4.32(1.147)
		<i>F-value=5.014**</i>		<i>F-value=2.734*</i>

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

표 5. 학력, 소득에 따른 식생활라이프스타일 차이 분석

구분	학력	M(S,D)	소득	M(S,D)	
건강	고졸	4.24(1.231)	200만원이하	3.96(1.406)	
	대학재학 중	4.03(1.536)	201-300	4.28(1.175)	
		대졸	4.36(1.240)	301-400	4.55(1.226)
	대학원이상		4.49(1.206)	401-500	4.48(1.333)
				501만원이상	4.63(1.193)
		<i>F-value=3.126*</i>		<i>F-value=7.184***</i>	
편의성	고졸	3.45(1.201)	200만원이하	3.84(1.243)	
	대학재학 중	4.12(1.255)	201-300	3.87(1.321)	
		대졸	3.80(1.120)	301-400	3.99(1.179)
	대학원이상		3.95(1.589)	401-500	3.24(1.042)
				501만원이상	3.69(1.339)
		<i>F-value=7.825***</i>		<i>F-value=4.869**</i>	
안전성	고졸	5.16(1.045)	200만원이하	4.84(1.106)	
	대학재학 중	4.68(1.185)	201-300	4.99(1.044)	
		대졸	4.97(1.021)	301-400	5.00(1.098)
	대학원이상		5.07(1.030)	401-500	5.22(0.940)
				501만원이상	5.05(1.052)
		<i>F-value=5.527**</i>		<i>F-value=1.970</i>	
경제성	고졸	4.45(0.984)	200만원이하	4.25(0.952)	
	대학재학 중	4.28(1.033)	201-300	4.44(0.937)	
		대졸	4.33(0.894)	301-400	4.45(0.934)
	대학원이상		4.42(0.973)	401-500	4.41(0.956)
				501만원이상	4.25(1.006)
		<i>F-value=1.013</i>		<i>F-value=1.901</i>	
맛	고졸	4.48(0.978)	200만원이하	4.54(1.038)	
	대학재학 중	4.83(1.067)	201-300	4.68(0.900)	
		대졸	4.62(0.970)	301-400	4.62(1.021)
	대학원이상		4.64(0.909)	401-500	4.75(1.007)
				501만원이상	4.69(0.967)
		<i>F-value=3.135*</i>		<i>F-value=0.959</i>	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

표 6. 한식 1회 지출비용, 한식 선택이유에 따른 식생활라이프스타일 차이분석

구분	한식당1회 지출비용	M(S.D)	전문한식당 선택이유	M(S.D)
건강	2만원이하	4.15(1.390)	친구모임	4.22(1.343)
	4만원이하	4.28(1.184)	직당동료회식	4.37(1.267)
	6만원이하	4.38(1.204)	접대(비즈니스)	4.46(1.145)
	6만원이상	4.52(1.471)	가족,연인	4.38(1.283)
			단순끼니해결	4.03(1.366)
			다양한음식경험	4.21(1.181)
		<i>F-value=2.257</i>	<i>F-value=1.249</i>	
편의성	2만원이하	3.89(1.420)	친구모임	3.86(1.371)
	4만원이하	3.95(1.213)	직당동료회식	3.83(1.252)
	6만원이하	3.58(1.052)	접대(비즈니스)	3.81(1.335)
	6만원이상	3.67(1.257)	가족,연인	3.65(1.174)
			단순끼니해결	4.19(1.160)
			다양한음식경험	3.78(1.248)
		<i>F-value=3.844*</i>	<i>F-value=2.441*</i>	
안전성	2만원이하	4.82(1.086)	친구모임	5.00(1.054)
	4만원이하	4.97(1.022)	직당동료회식	4.81(1.103)
	6만원이하	5.10(1.046)	접대(비즈니스)	5.00(0.938)
	6만원이상	5.10(1.149)	가족,연인	5.03(1.056)
			단순끼니해결	4.94(1.151)
			다양한음식경험	5.04(1.043)
		<i>F-value=2.903*</i>	<i>F-value=0.850</i>	
경제성	2만원이하	4.24(0.973)	친구모임	4.30(1.032)
	4만원이하	4.49(0.872)	직당동료회식	4.25(0.946)
	6만원이하	4.28(0.969)	접대(비즈니스)	4.47(0.802)
	6만원이상	4.49(1.013)	가족,연인	4.46(0.924)
			단순끼니해결	4.36(0.931)
			다양한음식경험	4.37(0.837)
		<i>F-value=4.082**</i>	<i>F-value=1.149</i>	
맛	2만원이하	4.55(1.013)	친구모임	4.68(1.000)
	4만원이하	4.70(0.990)	직당동료회식	4.54(1.027)
	6만원이하	4.61(0.945)	접대(비즈니스)	5.10(1.161)
	6만원이상	4.69(0.981)	가족,연인	4.54(0.896)
			단순끼니해결	4.66(1.076)
			다양한음식경험	4.88(0.947)
		<i>F-value=0.978</i>	<i>F-value=2.539*</i>	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

그리고 직업별 집단 간 차이분석에서도 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다.

학력, 소득에 따라서도 식생활라이프스타일추구요인에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 건강, 편의성, 안전성요인에서 유의한 차이가 나타나고 소득에서는 건강과 편의성에서 집단 간 유의한 차이가 있음을 알 수 있다.

표 7. 월 평균 외식비, 메뉴결정여부 등에 따른 식생활라이프스타일 차이분석

구분	월 평균 외식비	M(S.D)	메뉴결정	M(S.D)
건강	10만원이하	4.21(1.302)	미리 결정 방문 후 결정	4.45(1.322)
	11-30만원	4.32(1.290)		
	31-50만원	4.52(1.168)		
	51만원이상	4.05(1.614)		
		<i>F-value=1.527</i>	<i>F-value=9.922**</i>	
편의성	10만원이하	3.65(1.225)	미리 결정 방문 후 결정	3.62(1.233)
	11-30만원	3.85(1.260)		
	31-50만원	3.97(1.275)		
	51만원이상	4.03(1.405)		
		<i>F-value=2.157</i>	<i>F-value=15.452***</i>	
안전성	10만원이하	4.98(1.048)	미리 결정 방문 후 결정	5.06(1.087)
	11-30만원	4.92(1.080)		
	31-50만원	5.19(1.051)		
	51만원이상	5.02(1.116)		
		<i>F-value=1.390</i>	<i>F-value=4.230*</i>	
경제성	10만원이하	4.34(0.982)	미리 결정 방문 후 결정	4.41(0.960)
	11-30만원	4.37(0.899)		
	31-50만원	4.51(0.909)		
	51만원이상	4.08(1.373)		
		<i>F-value=1.565</i>	<i>F-value=1.594</i>	
맛	10만원이하	4.47(0.970)	미리 결정 방문 후 결정	4.73(1.005)
	11-30만원	4.63(0.971)		
	31-50만원	4.90(0.870)		
	51만원이상	5.30(1.172)		
		<i>F-value=9.096***</i>	<i>F-value=7.004**</i>	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

표 8. 식생활라이프스타일이 한식소비자의 만족도에 미치는 영향

종속 변수	독립 변수	표준화계수 Beta	t-value
만족도	건강	.246	7.377***
	편의성	.120	3.609***
	안전성	.099	2.974**
	경제성	.198	5.952***
	맛	.204	6.119***
			<i>R²=.166</i> <i>F-value=29.830***</i>

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

다음으로 가설 2를 검증하기 위해 한식소비성향에 따른 식생활라이프스타일 차이를 파악한 결과 [표 6][표 7]과 같다. 구체적으로 [표 6]에서는 편의성, 안전성, 경제성추구요인 등에서 한식당 1회 지출비용에서 유의한 차이가 있었으며 전문한식당 선택이유에서는 편의성, 맛추구요인 등에서 유의한 차이가 있음을 확인하였다.

그리고 [표 7]에서 보는 바와 같이 맞추구요인에서 월 평균외식비에 유의한 차이가 있으며, 메뉴결정여부에서는 경제성요인을 제외한 모든 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

다음으로 식생활라이프스타일이 한식소비자의 만족도에 미치는 영향을 파악한 결과 [표 8]과 같다. 건강과 맞추구요인이 만족도에 가장 높은 영향을 미치고 있음을 파악할 수가 있다. 이는 무엇보다도 건강을 고려한 식생활을 추구하는 경향을 지닌 소비자들이 한식에 대한 만족도가 가장 높은 것으로 이해할 수가 있다.

그리고 만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 파악한 결과 다음 [표 9]와 같다. 분석결과 R²값이 0.417로 41.7%의 설명력을 보이고 있으며, 만족도가 재방문의도에 긍정적 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이는 앞에서 살펴본 바와 같이 기존의 선행연구와도 같은 결과를 보이고 있다.

표 9. 소비자만족도가 재방문의도에 미치는 영향분석

종속 변수	독립 변수	표준화계수 Beta	t-value
재방문의도	만족도	.645	23.200***
R ² =.417, F-value=58.225***			

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001에서 유의함

IV. 결론 및 시사점

본 연구는 국내 소비자의 식생활라이프스타일추구성향이 어떠한지를 파악하여 그에 따른 외식시장에서 한식의 성장과 발전을 위한 탐색적 연구로서 기초적인 전략적 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구결과 국내 한식소비자의 식생활라이프스타일은 건강추구요인, 편의성추구요인, 안전성추구요인, 경제성추구요인, 맞추구요인 등 다섯 가지 차원으로 도출되었다.

먼저, 식생활라이프스타일이 인구 통계적 특성변수에 따라 유의한 차이가 있는지를 살펴본 결과 성별집단 비교에서는 편의성, 안전성, 경제성부분에서 유의한 차

이가 있었다. 편의성에서는 남성이, 안전성과 경제성에서는 여성이 더 높은 추구경향을 보이고 있었다. 지역별 비교에서는 편의성요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 파악되었으며 서울지역거주자가 편의성을 더 높게 추구하는 것으로 나타났다. 식생활라이프스타일은 연령과 직업별 집단 비교에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 식생활에서 있어서 20대 연령층은 편의성과 맛을 추구하는 성향이 높았으며 30대 연령층은 건강, 경제성, 맞추구요인에서 높게 나타났다. 그리고 40대 연령층은 건강과 안전성, 50대 이상에서는 안전성과 경제성추구요인이 가장 높게 나타나는 것으로 확인되었다. 그 밖에도 학력, 소득 변수에 있어서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 소비자의 식생활라이프스타일은 한식소비행동 특성에 따라서 유의한 차이가 있는지를 살펴본 결과 전문한식당 일회 지출비용과 한식 선택이유, 월 평균 외식비와 메뉴결정 여부 등에 있어서도 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 마지막으로 식생활라이프스타일이 한식만족도에 미치는 영향을 살펴본 결과 건강추구요인, 맞추구요인 등에서 가장 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 소비자만족도는 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 연구결과 제시하였다.

이러한 연구결과를 바탕으로 한식마케팅의 전략적 시사점을 구체적으로 제시하면 다음과 같다. 소비자의 식생활라이프스타일은 가장 기본적으로 인구 통계적 특성변수에 따라 유의한 차이가 있음이 확인되었기에 연령에 따른 시장세분화를 통해 차별화된 한식상품 개발이 필요하다.

먼저, 20대 연령층을 살펴보면 이들은 유행에 민감하고 새로운 문화에 대한 거부감이 없는 세대이다. 따라서 본 연구결과에서도 이들 집단은 식생활라이프스타일 추구성향이 편의성과 맞추구요인 등이 가장 높은 성향을 보이고 있기에 이들을 집중 표적시장으로 편의성과 맛 두 가지 모두를 갖춘 단품위주의 중저가의 다양한 한식 퓨전요리 상품개발이 시행되어야 하겠다. 그리고 30대 연령층은 식생활추구성향이 건강과 맛을 동시에 추구하는 성향이 가장 높게 나타났기에 상대적으로 고품질의 가격경쟁력을 갖춘 건강요소를 가미한 한식

약선요리를 개발하여 전략적으로 시장에 제시할 필요가 있다. 40대 이상 연령층은 안전성과 건강을 추구하는 경향이 높기에 식품의 안전, 품질요소를 강조하면서 사계절에 따른 계절 향토음식을 개발하여 스토리텔링화한 한식상품을 개발하여 공략하는 전략이 필요하다. 특히, 고학력이상의 고소득계층에서는 식생활에 있어서 건강과 편의성을 동시에 추구하는 경향이 높기에 이들을 대상으로 새로운 웰빙 한식HMR을 개발하여 공략하는 것이 필요하다. HMR(Home Meal Replacement)은 가정식사대용식 또는 간편가정식으로 불리는데 기존의 인스턴트 냉동식품과는 달리 신선도와 영양가를 보완한 시간절약 1차 조리된 음식이라고 할 수 있다 [23][31-33]. 대개 소득증가와 맞벌이 문화가 일반화되어가는 사회일수록 HMR시장이 증가해오고 있기에 한식의 영향학적 우수성과 식재료의 안전성을 강조하면서 간편성까지 갖춘 다양한 한식HMR이 개발된다면 20대 젊은 연령층과 중·장년층까지 넓은 시장을 선점할 수 있을 것이다.

마지막으로 소비자만족도에 가장 높은 영향을 미치는 식생활라이프스타일은 건강추구요인과 맛추구요인으로 나타났다. 따라서 한식의 이미지를 건강식, 웰빙식임을 강조면서도 맛에서는 다국적 외식브랜드에 뒤지지 않는 글로벌 경쟁력을 갖추는 것이 기본적으로 가장 필요하다. 신세대와 기존세대 모두의 입맛과 건강을 충족시킬 수 있는 노력이 필요하다고 볼 수 있다. 특히, 건강추구요인의 구체적인 속성들이 '건강을 위해 음식을 가려먹음', '건강식품, 자연식품을 자주 이용', '영양가 고려', '비만을 고려한 식생활' 등으로 이러한 속성들을 만족시킬 수 있는 특히, 저칼로리 영양식, 독특한 맛을 갖춘 다양한 한식상품의 적극적 개발이 필요하다.

2008년 기준 국민건강보험공단의 비만관련 자료에 의하면 비만인이 324만 명에 해당되며 특히, 국내 소아청소년 비만율은 2007년 10%대를 돌파해 세계최대 비만국인 미국의 15%에 바짝 다가서고 있다고 한다[34]. 이러한 비만인구의 증가는 건강식시장의 증대를 가져오고 있다. 이는 한식의 세계적 성장기회가 될 수도 있을 것이다. 무엇보다도 한식세계화를 위해서는 먼저 국내 소비자들로부터 긍정적인 평가를 받아야 세계화에

도 성공할 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 표본의 대표성문제로 인해 전체시장으로 일반화하기에는 다소 한계점이 있다. 지역의 특색에 따라 식생활은 다양하기 마련인데 한정된 표본으로 소비자들의 다양한 욕구를 모두 파악하기는 어려움이 있다.

둘째, 소비자의 식생활은 시대적인 흐름에 따라 다소 변화할 수 있기에 최근의 식문화와 유행을 반영한 식생활라이프스타일 속성변수들을 새롭게 개발하지 못하였다. 향후 추가적인 연구에서는 이를 보완한 연구가 진행되기를 기대해본다.

참 고 문 헌

- [1] 전혜경, 김양숙, 김행란, “농촌진흥청의 농식품 및 한식세계화 연구개발 방향”, 식품산업과 영양, 제14권, 제1호, pp.12-20, 2009.
- [2] 이민아, “한식의 세계화전략”, 식품과학과 산업 12월호, pp.2-15, 2008.
- [3] 방문규, “한식 산업화·세계화 추진계획(안)”, 식품산업과 영양, 제14권, 제1호, pp.1-11, 2009.
- [4] 김명희, “한식 메뉴 상품 품질 평가에 관한 연구”, 외식경영연구, 제8권, 제2호, pp.173-192, 2005.
- [5] 전인순, 이재섭, 노민경, “한식당 서비스품질과 서비스가치에 대한 외래 관광객 반응 연구”, 호텔경영학연구, 제16권, 제5호, pp.185-200, 2007.
- [6] 임현정, “만족도와 행동의도에 영향을 미치는 한식당의 지각된 품질요인에 관한 연구-한국을 방문한 아시아 관광객의 관점을 중심으로-”, 한국조리학회지, 제16권, 제1호, pp.209-225, 2010.
- [7] 서경화, 이수범, 신민자, “일본, 중국유학생의 한국음식에 대한 기호도 및 한식당의 개선방안에 관한 연구”, 한국식품조리과학회지, 제19권, 제6호, pp.715-722, 2003.
- [8] 이해주, 장미향, 백남길, “한식점 외식 동기 유형에 따른 선택 속성에 관한 연구”, 호텔리조트카지노연구, 제6권, 제2호, pp.209-220, 2007.

- [9] 이현주, “호텔 이용고객의 한식당 선택 요인에 관한 실증적 연구 - 서울 시내 특 1급 호텔 한식당을 중심으로 -”, 한국조리학회지, 제10권, 제3호, pp.119-134, 2004.
- [10] 서선희, 류경미, “중국 현지인의 한식에 대한 인식과 한식 레스토랑 만족도 및 재방문의도-방문 경험과 방문 빈도 차이를 중심으로-”, 한국식생활문화학회지, 제24권, 제2호, pp.126-136, 2009.
- [11] 강기주, 이지희, “문화예술 공연관람객의 라이프스타일에 관한 탐색적 연구: 뮤지컬 공연관람객을 중심으로-”, 경영학연구, 제30권, 제4호, pp.1143-1167, 2001.
- [12] 설훈구, 이상호, 전재균, “식생활라이프스타일 유형에 관한 연구”, 외식경영연구, 제10권, 제2호, pp.267-284, 2007.
- [13] 전원배, 박인규, “라이프스타일 유형에 따른 호텔레스토랑 선택속성에 관한 연구”, 관광연구, 제15권, 제1호, pp.187-200, 2001.
- [14] 김미정, 정효선, 윤혜현, “대학생의 식생활라이프스타일에 따른 레스토랑 선택속성에 관한 연구”, 한국식생활문화학회지, 제22권, 제2호, pp.210-217, 2007.
- [15] 반주원, “서울시 여성 소비자의 라이프스타일에 따른 군집분석과 외식행동에 관한 연구”, 한국식생활문화학회지, 제23권, 제3호, pp.377-387, 2008.
- [16] 정효선, 윤혜현, “식생활라이프스타일에 따른 외식소비성향에 관한 연구: 수도권지역 대학생을 중심으로”, 외식경영연구, 제10권, 제2호, pp.93-117, 2007.
- [17] 김태희, 이승하, 박홍현, “외식소비성향에 따른 소비자유형분석”, 관광연구저널, 제20권, 제3호, pp. 313-323, 2006.
- [18] <http://www.foodi.com/fooddb>, 한국식품정보원, 식품세계, 2010.
- [19] [http://news.chosun.com/site/data/html_dir/-한식의 위기, 스파게티, 스시에 밀려 한정식당이 사라진다, 2009\(2\).](http://news.chosun.com/site/data/html_dir/-한식의 위기, 스파게티, 스시에 밀려 한정식당이 사라진다, 2009(2).)
- [20] K. G. Grunert, K. Brunso, and S. Bisp, “Food-related lifestyle in France,” MAPP project paper, Aarhus School of Business, 1995.
- [21] I. Ryan, “Food-related lifestyle segments in Ireland with a convenience orientation,” Journal of International Food and Agribusiness Marketing, Vol.14, No.4, pp.29-47, 2004.
- [22] 김연선, “청주지역 대학생의 식생활라이프스타일 군집유형에 따른 패밀리레스토랑 선택속성의 차이 및 만족도에 미치는 영향”, 외식경영연구, 제12권, 제5호, pp.51-71, 2009.
- [23] 김경희, 김경민, “식생활라이프스타일에 따른 중국소비자의 한식 소비행동에 관한 연구”, 식품유통연구, 제27권, 제1호, pp.41-62, 2010.
- [24] R. L. Oliver, “Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings,” Journal of Retailing, Vol.57, No.3, pp.25-48, 1981.
- [25] M. A. Jones, D. L. Mothersbaugh, and S. E. Beatty, “Switching Barriers and Repurchase Intentions in Services,” Journal of Retailing, Vol.76, No.2, pp.259-272, 2000.
- [26] 이창기, 권영린, “레스토랑 고객만족과 재방문의사에 영향을 주는 선택속성에 관한 연구”, 호텔관광연구, 제7권, 제1호, pp.83-113, 2001.
- [27] 이애주, 박대환, 박진우, “외식업체의 서비스품질이 고객만족과 재방문의도, 구전의도에 미치는 영향: 부산지역 패밀리레스토랑을 중심으로”, 호텔경영학연구, 제12권, 제1호, pp.191-213, 2003.
- [28] 고재운, 유은이, 정미란, “고객접점 서비스요인이 고객만족에 미치는 영향-서울시내 특1급 호텔레스토랑을 중심으로”, 호텔경영학연구, 제15권, 제2호, pp.89-103, 2006.
- [29] 박기용, “라이프스타일 유형에 따른 뷔페레스토랑 고객의 구매행동에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 제17권, 제6호, pp.81-99, 2008.
- [30] 허선귀, “라이프스타일 유형에 따른 가정대용식(HMR) 구매행동에 관한 연구”, 세종대학교 관광대학원 호텔경영학과 석사학위논문, 2007.
- [31] C. Casper, Some place like home. Restaurant

Business, Vol.96, No.15, pp.63-74, 1997.

[32] A. I. A. Costa, "M. Dekker, R. R. Beumer, F. M. Rombouts, and W. M. F. A. Jongen, consumer-oriented classification system for home meal replacements," Food Quality and Preference, Vol.12, No.4, pp.229-242, 2001.

[33] 전혜미, 이수범, "컨조인트 분석을 통한 HMR 상품 개발에 대한 연구", 호텔경영학연구, 제18권, 제49호, pp.301-315, 2009.

[34] <http://news.kukinews.com/article/print.asp>-더 방치할 수 없는 비만인구증가, 국민일보 쿠키뉴스, 2010(3).

저 자 소 개

김 경 희(Kyung-Hee Kim)

정회원



- 1999년 8월 : 동아대학교 경영학과(경영학박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 신라대학교 경영학과 교수

<관심분야> : 인터넷 마케팅, e-Business