

대구 · 경북지역 중국 유학생의 한국 음식 선호도-만족도 연구

송정선 · 문상정^{1*}

대구가톨릭대학교 외식산업학과, ¹경운대학교 관광학부

Survey of Chinese University or College Students' Preference for and Satisfaction with Korean Food in Daegu and Gyeongbuk

Jung-sun Song, Sang-jeong Moon^{1*}

Department of Food Service and Technology, Catholic University of Daegu

¹School of Tourism, Kyungwoon University

Abstract

The purpose of this study was to survey Chinese university or college students' preference for and satisfaction with Korean food in the Daegu and Gyeongbuk areas. A questionnaire developed from literature review included a series of questions about Korean food that included preference, satisfaction, product quality, and customer satisfaction. We analyzed 240 valid responses. Statistical analyses, including frequency, IPA, factor analysis, and regression were performed using SPSS software. Of the 41 kinds of Korean food included, the students' average preference was 3.24 and satisfaction was 3.23 on a 5-point scale. The students questioned preferred Bulgogi (3.99), Galbigui (3.92), Galbitang (3.88), Galbizzim (3.87), and Samgyeopsal (3.86) to other Korean foods. With regard to satisfaction, Bulgogi (3.94) was chosen by Chinese students as the most satisfying Korean food, followed by Galbitang (3.80) and Galbigui (3.80). The perceived quality of the Korean food also had a significant influence on customer satisfaction.

Key Words: Chinese students, Korean food, preference, satisfaction, product quality, customer satisfaction.

1. 서 론

최근 정부는 한식의 우수성을 바탕으로 한식을 발전시키고 한식문화의 국내외 확산을 통해 농림수산물산업, 외식산업, 문화관광산업 등 관련 산업을 발전시키고자 한식의 세계화를 추진하고 있다. 사실 한식은 건강 지향적인 식품으로 긍정적인 평가를 받고 있으며, 세계 식품소비의 트렌드인 웰빙(Well-being)에도 부합하는 만큼 세계인이 함께 즐길 수 있는 잠재력이 충분하다.

이에 따라 한국에 체류 중인 외국인들을 대상으로 한 한국 음식에 대한 기호도 및 인식을 조사한 연구들이 활발하게 진행되고 있으며, 이들 선행연구들(Chang & Cho 2000; Bai & Zhao 2003; Seo 등 2003; Kim 등 2004; Sul 등 2007; Lee & Chae 2008; Ha 2010; Jang 2010; Youn 등 2010)은 한국 음식에 대한 외국인들의 기호도가 상당히 높음을 보고하고 있다. 문화관광부(2007)에서 내·외국인을 대상으로 한 전통문화 소비실태를 조사한 결과, 한식이 외국인에게 가장 흥미로운 전통문화로 조사되었고, 자국에 가서도

이용의향(92.8%)과 추천의향(94.4%)이 매우 높은 것으로 나타났다으며, 가장 좋았던 음식은 '불고기'(25.5%), '김치'(18.0%)로, 한식의 장점으로는 건강성과 푸짐함을 들었다. 또한 세계적으로 가장 경쟁력 있는 우리의 전통문화 분야도 '한식'(외국인 41.5%, 일반국민 26.4%)으로 나타났다. 이와 같이 한국음식에 대한 외국인들의 기호도를 조사한 연구들이 긍정적인 연구결과를 나타내고 있다. 그러나 선행연구들을 살펴보면 해외 한국음식점에 대한 외국인의 기호도, 인지도 및 고객만족도(Bai & Zhao 2003), 관광객이나 재한 외국인의 한국음식에 대한 인지도와 기호도(Chang & Cho 2000; Kim 등 2004), 주한 독일인의 한국 음식 인식 및 기호도(Jang 2010), 재한 외국인의 한국음식 선호도 영향요인(Sul 등 2007), 재미 한국 식당을 이용하는 외국인 고객들의 한국 음식 및 서비스 속성에 대한 인식도(Lee & Chae 2008), 한식 상품화를 위한 내·외국인의 한식에 대한 선호도 및 상품 개발 견해(Jang & Cho 2010), 방한 일본·중국 관광객의 한국음식에 대한 인지도 및 태도 비교(Youn 등 2010), 일본과 중국유학생의 한국음식에 대한 기호도 및 한식당 개

*Corresponding author: Sang-Jeong Moon, School of Tourism, Kyungwoon University, 55 Indeok-ri, Sandong-myeon, Gumi-si, Gyeongsangbuk-do 730-739, Korea Tel: 82-54-479-1340 Fax: 82-54-479-1344 E-mail: sjmoon@ikw.ac.kr

선방안(Seo 등 2003), 중국유학생의 한국음식 선호도와 만족도(Ha 2010) 등을 중심으로 이루어져 왔다. 그러나, 이들 대부분은 한국음식의 인지도, 선호도 및 만족도 위주이며 외국인 이 지각하는 한국음식점의 제품품질과 고객만족도에 관한 연구는 미비하다.

고객만족은 외식업체의 이익 창출을 위한 중요한 마케팅 도구이다. 그러나 고객만족의 수준은 개인의 성별, 연령, 학력, 직업 등 일반적인 특성에 의해 좌우될 수 있다(Lee & Chae 2009). 따라서 외식업체에서 고객만족을 유도하기 위해서는 고객에 대한 연구가 필요하다. 고객의 음식점 품질 지각 영향요인은 맛, 색상, 모양, 질 등의 물리적 속성과 상표, 가격, 이미지 등의 외적인 속성이 있다(Park & Han 2001). 한국문화와 음식에 대한 인지도가 높지 않은 외국인의 경우에는 가격이나 이미지와 같은 외적인 속성보다는 직접적인 영향을 미치는 맛, 색상, 모양, 질 등의 물리적 속성이 더 많은 영향을 미칠 수 있을 것으로 생각된다. 그러므로 한국음식점을 이용하는 외국인의 행동유형과 음식 선호도를 잘 파악하여 제품을 생산한다면 한국음식에 대한 선호도와 만족도를 높일 수 있을 것이다.

저비용으로 소비자의 만족도를 측정하여 제품 구매 시 중요하게 고려하는 각 속성에 대한 중요도와 구매 후 인지하는 성취도를 평가하여, 각 속성의 상대적 중요도와 성취도를 동시에 비교·평가할 수 있는 IPA(Importance-Performance Analysis)기법은 Martilla & James(1977)에 의해 처음 개발되었고, 마케팅 분야에서 제공하는 상품, 서비스 품질의 객관적 평가와 효과적인 마케팅 전략을 확립하는데 유용하다(Huh, 2010). 외식업체 및 한국음식을 대상으로 IPA를 이용한 선행연구를 살펴보면, 재미 한국 식당을 이용하는 외국인 고객들의 한국음식 및 서비스 속성에 대한 인식도를 실증적으로 분석하기 위한 연구(Lee & Chae 2008), 제한 중국 유학생들을 대상으로 한 삼계탕 선택속성의 중요도-만족도 분석 연구(Lee 등 2009), 한국음식의 중요도와 만족도를 한국인과 외국인을 비교 분석한 연구(Cho 등 2007) 등이 있으나 외식관련 연구에서의 IPA기법을 이용한 연구는 많이 부족한 것이 현실이며, 중국인 유학생을 대상으로 한 한국음식 선호도와 만족도 연구 또한 많지 않다.

최근 중국의 경제성장으로 우리나라를 방문하는 중국 관광객이 급증하여 국적별 외국인 관광객 중 일본에 이어 두 번째로 많은 관광객이 입국하고 있고, 중국 유학생 또한 증가하고 있는 실정이다. 교육과학기술부의 고등교육기관 국가별 외국인 유학생현황(2008)에 따르면 현재 어학연수, 교환학생 및 학위과정으로 국내에 들어와 있는 외국인 유학생 수는 63,952명이며, 이중 중국유학생이 44,746명으로 70%에 육박할 정도로 매년 급격히 증가하고 있다.

이에 본 연구에서는 최근 급증하는 중국유학생 중 대구·경북지역의 중국유학생을 대상으로 한국음식에 대한 선호도와 만족도를 알아보고, 각 음식에 대한 IPA분석을 통해 향후

개선되어야 하는 부분을 구체적으로 파악하여 중국관광객들의 기호에 맞는 메뉴개발 방향을 제시하고자 한다. 또한 중국 유학생들이 지각하는 한국음식의 제품품질이 만족도에 미치는 영향을 분석하여 한국음식의 경쟁력 강화와 함께 한국음식의 세계화 전략을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 조사방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 설문지를 작성한 후 대구·경북지역에 거주하는 중국인 유학생의 한국음식에 대한 선호도와 만족도를 알아보기 위하여 대구·경북지역에 4개 대학(대구소재 1개, 경산소재 3개)에 재학중인 중국 유학생 275명을 표본으로 2010년 10월 4일부터 11월 10일까지 37일간에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 이중 응답이 불성실하거나 신뢰성이 떨어지는 것으로 간주되는 자료 35부를 제외한 총 240부(87%)의 설문지가 최종분석에 사용되었다.

2. 조사내용 및 방법

본 연구를 위한 조사도구인 설문지의 항목은 선행연구들(Ha, 2010; Ha, 2010; Youn 등, 2010)을 참고하여 한식에 대한 선호도 및 만족도, 한국음식의 제품품질과 고객만족도로 구성하였다. 조사대상자의 일반적인 특성은 성별, 나이, 학년, 거주기간, 한국음식 섭취빈도 등 5문항으로 구성하였고, 한국음식에 관한 선호도는 주식류, 부식류(탕, 찌개), 부식류(구이, 회), 부식류(찬류), 후식류 및 기타로 총 41종의 한국음식을 임의로 선정하여 리커트 5점 척도로 조사하였다.

모든 설문지는 한국어판을 기준으로 중국어로 번역하였으며, 번역 과정은 중국유학을 한 한국인 박사 1명과 한국에 유학 온 중국인 석사 2명의 논의로 수행되었다.

3. 통계적 분석방법

조사자료는 SPSS 17.0 통계프로그램을 이용하여 통계처리 및 분석하였으며, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도 분석을 실시하였다. 한국음식에 대한 선호도와 만족도에 대한 평균값을 구하기 위해 기술통계분석을 실시하였고, 나아가 한국 음식의 선호도와 만족도 분석을 위해 IPA를 실시하였다. 그리고 중국 유학생들이 지각하는 한국음식의 제품품질이 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 회귀분석(regression)을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

인구통계적 특성에 대하여 빈도분석을 수행하였다. <Table 1>은 조사표본의 특징을 묘사하고 있다. 전체 유효표본 240부에서 성별로는 남성 40.0%, 여성 60.0%로 여성의 분포가

<Table 1> General profiles of the subjects (N=240)

General characters		Number of respondents	Percent (%)
Gender	Male	96	40.0
	Female	144	60.0
Age (sd=2.09)	≤19	26	10.8
	20-22	107	44.6
	23-25	97	40.4
	26-29	10	4.2
Grade	a first year	57	23.8
	a second	68	28.3
	a third	32	13.3
	a fourth	44	18.3
	graduate	39	16.3
Period of residence in Korea	<6 month	58	24.2
	<1 year	13	5.4
	<3 year	104	43.3
	<5 year	60	25.0
	≥5 year	5	2.1
Eating times of Korean food during 1 week	daily	137	57.1
	1-2	30	12.5
	3-4	73	30.4

많은 것으로 나타났다. 연령범위는 18-29세까지 분포하였고, 평균 22.15세(sd=2.09)였다. 학년은 2학년이 68명(28.3%), 1학년 57명(23.8%), 4학년 44명(18.3%), 대학원생 39명(16.3%), 3학년 32명(13.3%)로 나타났다. 유학생의 한국거주 기간은 3년 미만이 104명(43.3%), 5년 미만 60명(25.0%), 6개월 미만 58명(24.2%), 1년 미만 13명(5.4%), 5년 이상 5명(2.1%)의 순으로 나타났다. 한국음식섭취빈도는 매일이 137명(57.1%)으로 가장 많았고, 일주일에 3-4일 73명(30.4%), 일주일에 1-2회 30명(12.5%)순으로 나타났다.

2. 한국음식에 대한 선호도-만족도 분석

중국 유학생들이 한국음식을 선택할 때 고려하는 선호도와 식사 후 만족도에 대한 평균값을 산출하여 분석하였다. <Table 2>에서처럼, 41개 항목에 대한 전체 선호도는 3.24(범위: 2.65-3.99), 만족도는 3.23(범위: 2.68-3.94)으로 나타났다.

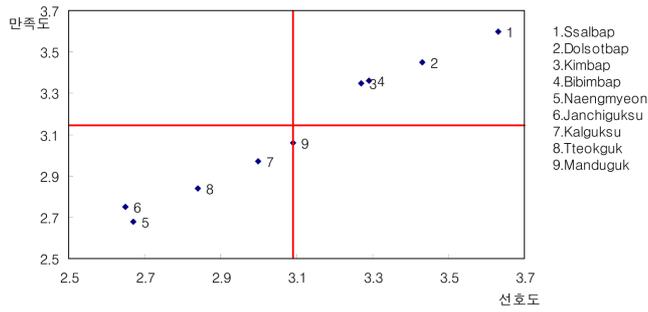
중국 유학생들이 한국음식 구매 시 선호하는 종류는 불고기(3.99), 갈비구이(3.92), 갈비탕(3.88), 갈비찜(3.87), 삼겹살(3.86), 찜닭(3.75)순으로 나타났다. 이에 반해 상대적으로 덜 선호하는 음식은 잔치국수(2.65), 냉면(2.67), 수정과(2.78), 깍두기(2.81), 오이김치(2.83)등으로 조사되었다. 한국음식 구매 행동에 의한 만족도는 불고기(3.94), 갈비탕(3.80), 갈비구이(3.80), 삼겹살(3.77), 갈비찜(3.73), 찜닭(3.68)순으로 나타난 반면, 냉면(2.68), 잔치국수(2.75), 수정과(2.76), 떡국(2.84), 깍두기(2.86) 등이 낮게 나타났다. 이는 외국인을 대상으로 한 한국음식의 기호도, 만족도 조사에서 불고기의 기호도와 만족도가 가장 높다는 선행연구(Chang & Cho 2000;

<Table 2> Preference and satisfaction ratings of the Korean food

Kind of Korean food	Preference		Satisfaction	
	Mean(SD)	Rating	Mean(SD)	Rating
Bulgogi	3.99(0.89)	1	3.94(0.88)	1
Galbigui	3.92(0.89)	2	3.80(0.92)	3
Galbitang	3.88(0.80)	3	3.80(0.80)	2
Galbizzim	3.87(0.90)	4	3.73(0.92)	5
Samgyeopsal	3.86(0.93)	5	3.77(0.93)	4
Zzimdank	3.75(0.89)	6	3.68(0.86)	6
Ssalbap	3.64(0.89)	7	3.60(0.85)	8
Samgyetang	3.60(0.95)	8	3.65(0.90)	7
Sengsungui	3.59(1.00)	9	3.51(1.02)	10
Yukgaejang	3.52(0.93)	10	3.59(0.87)	9
Gamjatang	3.50(0.95)	11	3.48(0.91)	11
Jaeyukbokum	3.47(0.93)	12	3.38(0.90)	13
Dolsotbap	3.44(0.83)	13	3.46(0.79)	12
Sundubujjigae	3.32(0.87)	14	3.23(0.84)	16
Kimbap	3.30(0.93)	15	3.36(0.91)	14
Bibimbap	3.28(0.78)	16	3.35(0.75)	15
Darkgalbi	3.26(0.96)	17	3.20(0.94)	17
Hoddeok	3.24(0.90)	18	3.13(0.89)	23
Haemulpajeon	3.21(0.97)	19	3.15(0.94)	21
Baechukimchi	3.20(0.97)	20	3.15(0.99)	20
Ddeokbokki	3.16(0.96)	21	3.16(0.91)	19
Buchujeon	3.13(0.93)	22	3.09(0.98)	25
Sikhye	3.13(1.00)	23	3.10(0.98)	24
Seolleongtang	3.10(0.98)	24	3.14(0.96)	22
Manduguk	3.10(0.88)	25	3.06(0.86)	28
Japche	3.08(0.88)	26	3.08(0.90)	27
Gomtang	3.08(0.95)	27	3.08(0.97)	26
Doenjangjjigae	3.06(1.05)	28	3.17(0.96)	18
Bindaedeok	3.03(0.89)	29	3.00(0.91)	30
Kimchijeon	3.03(0.92)	30	3.04(0.92)	29
Kalguksu	3.00(0.94)	31	2.98(0.84)	33
Sengsunhoe	2.99(1.20)	32	2.99(1.14)	32
Kimchijjigae	2.95(1.01)	33	3.00(0.97)	31
Chunggukjang	2.90(0.89)	34	2.92(0.83)	35
Budaejjigae	2.89(0.95)	35	2.93(0.98)	34
Tteokguk	2.85(0.89)	36	2.84(0.90)	38
Ohikimchi	2.83(0.88)	37	2.88(0.94)	36
Gagkdugi	2.81(1.00)	38	2.86(0.99)	37
Sujeonggwa	2.78(0.91)	39	2.76(0.87)	39
Naengmyeon	2.67(0.99)	40	2.68(0.96)	41
Janchiguksu	2.65(0.81)	41	2.75(0.81)	40
Total mean	3.24		3.23	

Bai & Zhao 2003; Seo 등 2003; 문화관광부 2007, Jang 2010)와 일치하는 결과로서 여전히 불고기가 한국을 대표하는 음식임을 알 수 있었다.

본 연구는 중국 유학생을 대상으로 한국음식에 관한 선호도와 만족도를 분석하고자 한다. 그러나 한국음식의 특성상 음식을 분류하여 분석을 하는 것이 타당할 것으로 판단되어 선행연구(Ha 2010; Ha 2010)를 바탕으로 주식류, 부식류(탕 ·



<Figure 1> Preference-satisfaction of staple in Korean Food

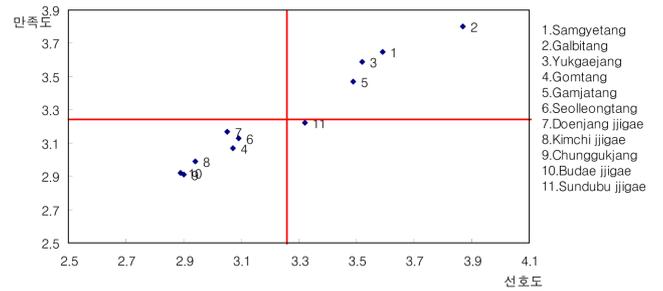
찌개), 부식류(구이·회), 부식류(찬류), 후식류(기타)로 구분하였다.

1) 주식류 선호도-만족도 분석

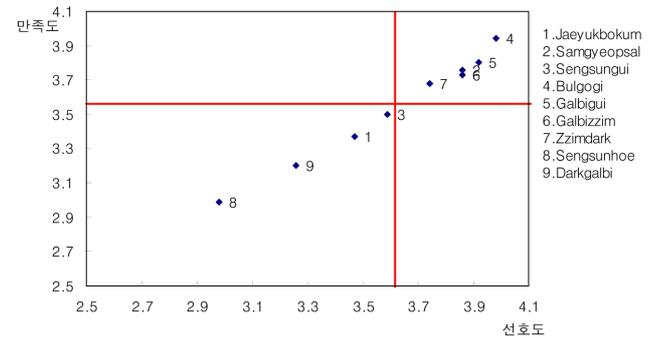
한국음식의 주식류에 대한 선호도-만족도 분석 결과는 <Figure 1>과 같다. 분석에 있어 선호도와 만족도의 기준은 각 항목의 평균값으로 하였으며(Martilla & James 1977), 선호도의 평균은 3.09, 만족도의 평균은 3.11로 나타났다. 분석 결과, 1사분면(keep up the good work: 선호도 높음-만족도 높음)에는 쌀밥, 돌솥밥, 김밥, 비빔밥 등이 포함되는 것으로 나타났다. 3사분면(low priority: 선호도 낮음-만족도 낮음)에는 냉면, 잔치국수, 칼국수, 떡국이 위치하고 있다. 마지막으로 4사분면(concentrate here: 선호도 높음-만족도 낮음)에는 만두국이 위치하고 있다. 선호도는 높는데 반해 만족도는 낮은 영역인 4사분면은 중점개선영역으로 볼 수 있다. 만두국이 중점개선영역에 포함된 것은 만두를 즐기는 중국 식문화의 결과로서 다양한 만두요리가 존재하는 중국에서 생활한 유학생이기에 한국의 만두요리에 만족하지 못하는 것으로 판단된다. 따라서 중국관광객을 대상으로 하는 식당에서는 전통만두요리와 함께 중국인들의 미각에 맞춘 맛의 변화를 준 만두요리를 개발할 필요가 있을 것이다.

2) 부식류(탕·찌개) 선호도-만족도 분석

한국음식의 부식류(탕·찌개)에 대한 선호도-만족도 분석 결과는 <Figure 2>와 같다. 분석에 있어 선호도와 만족도의 기준은 각 항목의 평균값으로 하였으며, 선호도의 평균은 3.24, 만족도 평균은 3.26으로 나타났다. 분석결과, 1사분면의 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 삼계탕, 갈비탕, 육개장, 감자탕 등이 포함되는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 중국음식의 특성에서 찾아볼 수 있다. 중국음식은 한국음식과 달리 일품요리로 식사를 하는 음식문화로 이루어졌다. 즉, 한국음식에서 일품요리로 가능한 음식에 선호도와 만족도가 높은 것으로 판단된다. 3사분면의 낮은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸 음식은 된장찌개, 설렁탕, 곰탕, 김치찌개, 청국장, 부대찌개 등이 포함되는 것으로 나타났다. 마지막으로 4사분면의 높은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸



<Figure 2> Preference-satisfaction of side dish (tang·jjigae) in Korean Food



<Figure 3> Preference-satisfaction of side dish (gui·hoe) in Korean Food

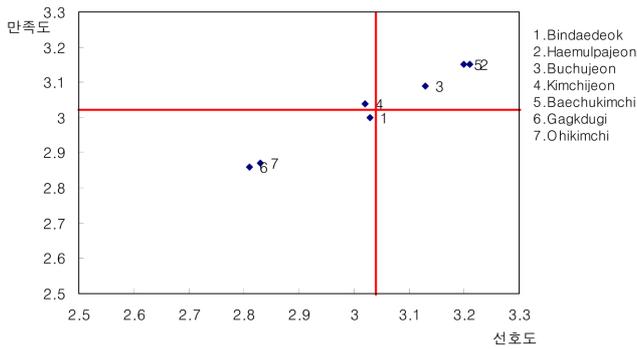
음식에는 순두부찌개가 위치하고 있다. 이는 두부요리가 발달한 중국에서 온 유학생들이기에 친근한 두부가 들어간 순두부찌개를 선호하지만 선호도에 비해 그들의 입맛을 만족시키지 못함을 의미한다. 따라서 중국인의 입맛에 맞는 품질 개선이 필요할 것으로 판단된다.

3) 부식류(구이·회) 선호도-만족도 분석

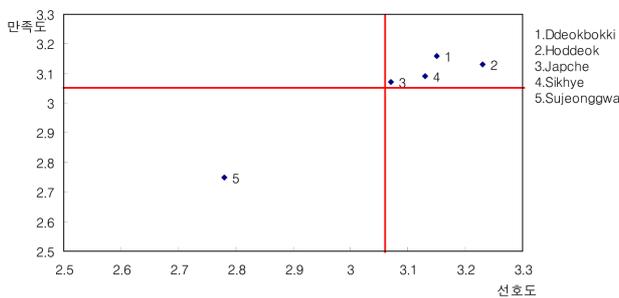
한국음식의 부식류(구이·회)에 대한 선호도-만족도 분석 결과는 <Figure 3>과 같다. 분석에 있어 선호도와 만족도의 기준은 각 항목의 평균값으로 하였으며, 선호도의 평균은 3.62, 만족도 평균은 3.55로 가장 높게 나타났다. 분석결과, 1사분면의 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 불고기, 갈비구이, 삼겹살, 갈비찜, 찜닭 등이 포함되는 것으로 나타났다. 3사분면의 낮은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸 음식은 생선구이, 제육볶음, 닭갈비, 생선회 등이 포함되는 것으로 나타났다. 생선요리와 매운 맛이 강한 제육볶음, 닭갈비 등의 음식이 낮은 선호도와 만족도를 나타내는 것을 볼 때 고춧가루를 줄이거나 한국 전통의 맛을 약간은 변형할 필요가 있을 것으로 생각된다. 중국 유학생들이 가장 선호하고 만족하는 한국음식이 부식류(구이·회)인 것을 알 수 있었다.

4) 부식류(찬류) 선호도-만족도 분석

한국음식의 부식류(찬류)에 대한 선호도-만족도 분석 결과는 <Figure 4>와 같다. 분석에 있어 선호도와 만족도의 기준



<Figure 4> Preference-satisfaction of side dish (jeon, kimchi) in Korean Food



<Figure 5> Preference-satisfaction of dessert in Korean food

은 각 항목의 평균값으로 하였으며, 선호도의 평균은 3.03, 만족도 평균은 3.02로 가장 낮게 나타났다. 분석결과, 1사분면의 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 배추김치, 해물파전, 부추전 등이 포함되는 것으로 나타났다. 2사분면의 과잉 가능성 영역에 김치전이 포함되었다. IPA 매트릭스 영역 중 이 영역의 환대서비스 산업의 적용에 문제점이 있는 것으로 보고되었는데(Oh 2001), 고객의 선호도를 상회하는 만족도가 추가적 비용을 유발하지 않는 경우에는 고객 만족에 기여하는 영역으로 해석할 수 있다. 즉, 김치전의 선호도의 평가가 평균보다 낮았지만 만족도는 평균 이상으로 평가되었으므로, 선호도를 높일 수 있는 방안을 모색하여야 할 것이다. 3사분면의 낮은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸 음식은 빈대떡, 깍두기, 오이김치 등이 포함되는 것으로 나타

났다. 배추김치를 제외한 깍두기, 오이김치와 같은 김치류는 중국유학생에게 가장 낮은 선호도와 만족도를 나타내고 있어 중국인의 입맛에 맞는 김치류의 품질개선이 필요한 것으로 나타났다.

5) 후식류(기타) 선호도-만족도 분석

한국음식의 후식류(기타)에 대한 선호도-만족도 분석 결과는 <Figure 5>와 같다. 분석에 있어 선호도와 만족도의 기준은 각 항목의 평균값으로 하였으며, 선호도의 평균은 3.07, 만족도 평균은 3.04로 나타났다. 분석결과, 1사분면의 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 떡볶이, 호떡, 잡채, 식혜 등이 포함되는 것으로 나타났다. 최근 떡볶이연구소를 개소하며 떡볶이의 세계화를 추진하고 있는 상황에서 중국 유학생들의 떡볶이 선호도와 만족도가 보통이상으로 나타나 떡볶이 세계화의 가능성을 엿볼 수 있었다. 3사분면의 낮은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸 음식은 수정과가 포함되는 것으로 나타났다.

3. 제품품질이 고객만족도에 미치는 영향

중국 유학생들이 지각하는 한국음식의 제품품질이 만족도에 미치는 영향을 분석하기에 앞서 본 연구의 핵심변수인 제품품질과 고객만족도를 측정하는 도구가 타당하고 신뢰할 만한지를 확인하기 위하여 탐색적 요인분석을 수행하였다. 초기 2개 요인으로 가정하여 구성한 10개 문항에 대하여 주성분요인분석을 수행한 결과, 4개 문항의 구조적 분할이 모호하였다. 이를 제외하고 다시 분석한 결과, 연구자가 예상했던 것처럼 2개 요인으로 구분되었고, 각각 관계 제품품질, 고객만족도에 해당된다고 판단하였다. 제품품질과 고객만족에 대한 6개문항의 주성분요인분석 결과는 <Table 3>에 제시하였다. 신뢰도를 확인하기 위하여 내적합치도 분석을 수행한 결과 요인별 내적 합치도는 .76 이상으로 비교적 높은 수준의 신뢰도를 보여주고 있다.

중국유학생이 지각하는 한국음식에 대한 제품품질이 고객만족에 미치는 영향을 검증하기 위하여 제품품을 독립변수로 고객만족을 종속변수로 설정하여 회귀분석을 실시하여 <Table 4>와 같은 결과를 얻었다. 회귀분석결과 표준화 회귀

<Table 3> Factor analysis and reliability for the product quality and customer satisfaction

	Survey content	Product quality	Customer satisfaction	α
1	Korean food looks good	.628		
2	Korean food is delicious	.850		.764
3	Korean food smells good	.873		
6	I am satisfied in the Korean restaurant		.799	
7	I am satisfied in the Korean food		.658	.768
8	I am satisfied in service of the Korean restaurant		.880	
	Eigen value	2.16	2.06	
	Value percentage(%)	36.13	34.36	70.49

<Table 4> The effect of product quality on customers' satisfaction

Dependent Variable	Independent Variable	Unstandardized coefficients (B)	Standardized coefficients (β)	t	p-value
customer satisfaction	Constant	1.964			
	product quality	.486	.511	9.178	.000

R²= .261, adjusted R²= .258, F=84.230

계수(β)값이 .511로 나타났으며, 유의도는 .000으로 통계적으로 매우 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 한국식당에서 제공되는 음식의 맛과 외향을 포함한 품질이 무엇보다도 중요함을 나타내는 결과라고 할 수 있다. 즉, 한국음식점은 중국유학생의 한국음식에 대한 만족을 높이기 위해서 음식이 가지고 있는 고유의 품질을 개발하고 발전하는 것이 보다 중요하다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 대구·경북지역에 거주하는 중국유학생을 대상으로 한국음식에 대한 선호도 및 만족도를 알아보고, 중국유학생이 지각하는 한국음식의 제품품질이 고객만족도에 미치는 영향을 분석하여 한식 세계화 전략의 기초 자료를 제공하고자 하였으며 그 결과는 다음과 같다.

중국유학생의 한국음식에 대한 전체 선호도는 3.24, 만족도는 3.23로 보통 이상으로 조사되었다. 선호도가 높은 음식은 불고기(3.99), 갈비구이(3.92), 갈비탕(3.88), 갈비찜(3.87), 삼겹살(3.86), 찜닭(3.75)순이었고, 만족도는 불고기(3.94), 갈비탕(3.80), 갈비구이(3.80), 삼겹살(3.77), 갈비찜(3.73), 찜닭(3.68)순으로 나타나 전반적으로 중국유학생들은 육류요리를 선호하는 것을 알 수 있었다. 또한 불고기의 선호도와 만족도가 가장 높은 것을 볼 때 여전히 불고기가 한국을 대표하는 음식임을 알 수 있었다.

IPA 분석결과 주식류의 선호도 평균은 3.09, 만족도의 평균은 3.11로 나타났다. 선호도와 만족도가 모두 높게 나타나는 1사분면에는 쌀밥, 돌솥밥, 김밥, 비빔밥 등이 포함되었고 선호도는 높는데 반해 만족도는 낮은 영역인 4사분면에 만둣국이 포함되어 만둣국에 대한 품질개선이 필요한 것으로 판단되었다. 부식류 중 탕·찌개류의 선호도 평균은 3.24, 만족도 평균은 3.26으로 나타났다. 분석결과, 1사분면의 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 삼계탕, 갈비탕, 육개장, 감자탕 등이 포함되었고, 선호도는 높는데 반해 만족도는 낮은 영역인 4사분면은 순두부찌개가 포함되어 중점 개선이 필요한 것으로 판단되었다. 구이와 회류 중심의 부식류 선호도 평균은 3.62, 만족도 평균은 3.55로 한국음식 중 가장 높게 나타났다. 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 불고기, 갈비구이, 삼겹살, 갈비찜, 찜닭 등이 포함되었고, 3사분면의 낮은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸 음식은 생선구이, 제육볶음, 닭갈비, 생선회 등이 포함되었다. 후식

류 및 기타 음식의 선호도 평균은 3.07, 만족도 평균은 3.04로 나타났다. 1사분면의 높은 선호도와 높은 만족도를 나타낸 음식은 떡볶이, 호떡, 잡채, 식혜 등이 포함되었고, 3사분면의 낮은 선호도와 낮은 만족도를 나타낸 음식은 수정과가 포함되었다.

IPA분석결과를 종합하면 분류별 음식 중 부식류(구이·회)의 선호도와 만족도가 가장 높게 나타났고, 다음으로 부식류(탕·찌개류)인 것으로 나타났다. 찬류의 선호도와 만족도는 가장 낮은 수준이었다. 특히 중국 유학생들이 가장 선호하고 만족하는 한국음식은 구이류인 것으로 조사되었고, 밀가루음식의 선호도가 낮게 나타났다. 또한 만둣국과 순두부찌개는 중국유학생의 만족도를 높일 수 있도록 품질개선이 필요한 것으로 나타났다.

중국유학생이 지각하는 한국음식에 대한 제품품질이 고객만족에 미치는 영향을 검증한 결과 통계적으로 유의한 영향(β=.511, p=.000)을 미치는 것으로 나타나, 한국음식점에서 제공되는 음식의 맛과 외향을 포함한 품질이 중국유학생의 만족도를 높이는 데 중요한 요인임을 알 수 있었다.

한국에 체류 중인 중국 유학생들은 한국에서 유학생생활을 마친 후 본국으로 돌아가면 자신이 속한 집단에 직간접으로 영향을 미칠 수 있다. 따라서 한국 체류기간동안 가지게 된 한국음식에 대한 높은 선호도와 만족도는 자연적으로 타인에게 긍정적인 구전을 유도하여 장기적으로 한국음식과 한국문화의 중요한 지지자가 될 수 있으며 관광객 확보에도 일조하게 될 것이다. 그러므로 중국 유학생들의 한국음식에 대한 선호도와 만족도에 대한 조사결과를 바탕으로 매년 증가세를 보이는 중국관광객을 대상으로 관광문화 상품의 하나로 한국 음식문화를 발전시키고 나아가 한국음식의 세계화를 위해서는 선호도와 만족도가 높게 나타난 불고기, 갈비구이, 갈비탕, 갈비찜, 삼겹살 등 중국인이 좋아하는 육류요리를 중점적으로 개발, 홍보할 필요가 있다. 또한 선호도에 비해 낮은 만족도를 나타낸 만둣국과 순두부찌개는 중국에서도 오랫동안 먹어온 음식이기에 자국음식과 비슷한 음식으로 생각하고 선호도가 높았지만 맛과 향 등 입맛의 차이와 다양한 메뉴의 부재로 만족도가 낮게 나타난 것으로 판단된다. 따라서 만둣국과 순두부찌개의 만족도를 높이기 위해서는 중국인의 입맛에 맞춘 음식으로 맛을 변형시키거나 다양한 조리방법과 재료를 사용한 제품을 개발할 필요가 있다.

본 연구는 중국유학생을 대상으로 한국음식의 선호도와 만족도를 조사하고 한국음식의 제품품질이 고객만족에 미치는

는 영향을 실증적으로 분석하였지만 대구 · 경북지역의 중국 유학생만을 대상으로 실시하였기에 일반화하는데 한계점이 있다.

■ 참고문헌

- Bai YH, Jinlin Zhao 2003. Marketing Strategy for Korean Restaurants in Florida, *Journal of Foodservice Management Society*, 6(2):85-100
- Cho MS, Koh SI, Oh SU. 2007. An Importance and Performance Analysis of Korean Food. *Journal of Korean Tourism Management*, 22(1):265-287
- Chang MJ, Cho MS. 2000. Recognition and Preference to Korean Traditional Food of Foreign Visitors in Korea. *Korean J. Dietary Culture*, 15(3):215-223
- Ha KH. 2010. Survey of Korean Food Acknowledgement and Preference by Chinese Students in Daejeon. *Korea J. Food & Nutrition*, 23(2):186-195
- Ha MJ. 2010. A Research on Korean Food Preference and Satisfaction of Chinese Students in Korea. Masters degree thesis. Paichai University. pp 10-13
- Huh MY. 2010. Recognition and Importance-Satisfaction of Apple Processed Products. *Korean Journal of Food Culture*, 25(1):1-8
- Jang JJ. 2010. A Survey on the Perception and Preferences Korean Food by Germans Residing in Korea. Masters degree thesis. Sookmyung Women's University. pp 70-72
- Jang MJ, Cho MS. 2000. Recognition and Preference to Korean Traditional Food of Foreign Visitors in Korea. *Korean Journal of Food Culture*, 15(3):215-223
- Kim S, Lee MA, Lee 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. Food Cookery Sci*, 20(6):619-629
- Lee AJ, Kang SH, Cha SB. 2009. Comparison of Importance of Samgyetang Selection Attributes and Satisfaction Level Perceived by Chinese Students in Korea Using Importance-Performance Analysis. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 12(4):217-234
- Lee EJ, Chae BS. 2009. The effects of Hotel Bakery Brand Image Affecting the Product Quality and the Customer Satisfaction. *Journal of Korea Service Management*, 10(1):225-246
- Lee SJ, Chae IS. 2008. Expectation and Satisfaction of Foreign Customers Visiting Korean Restaurants Located in USA: Analysis for Food and Service Attributes through IPA Analysis. *Korean J. Food Culture*, 23(2):152-162
- Martilla JA, James JC. 1977. Importance-performance analysis. *J. Marketing*, 4(1):13-17
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. 2007. The Situation of Traditional cultural consumption
- Ministry of Education, Science and Technology. 2008. Statistic of International Foreign Students in University (Higher) Education
- Oh HM. 2001. Revisiting importance-performance analysis. *Tourism Management*, 22(6):617-627
- Park YS, Han MH 2001. The Effects of Perceived Risk and Perceived Quality On the Consumer's Online Buying Behavior. *Korean Journal of Marketing*, 16(1):59-84
- 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):31-38
- Sul WS, Lee DH, Khoe KI, Choo GH. 2007. A Study on Major Factors Influenced on the preference of Foreigner for Korean Food. *International Area Review*, 11(3):713-734
- Youn NM, Lee SH, Yoon YS. 2010. A Comparative Study on the Recognition and Attitude of Korean Foods for Japanese and Chinese Tourists in Korea. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 13(2):149-168