

## 사찰음식특성이 사찰음식만족에 미치는 영향; 종교의 조절효과

전효원<sup>1)</sup> · 조성호<sup>2)</sup> · 이명호<sup>¶</sup>

이지사찰음식연구원<sup>1)</sup> · 김포대학교 호텔조리과<sup>2)</sup> · 신홍대학교 호텔조리과<sup>¶</sup>

### Effect of the Characteristics of Temple Food on Satisfaction : Moderating Effect of Religion

Hyo-Woon Jeon<sup>1)</sup> · Sung-Ho Cho<sup>2)</sup> · Myung-Ho Lee<sup>¶</sup>

*Easy Temple Food Research Institute<sup>1)</sup>*

*Dept. of Hotel Culinary, Kimpo University<sup>2)</sup>*

*Dept. of Hotel Culinary, Shinheung University<sup>¶</sup>*

#### Abstract

This study aims to suggest a way for temple food to take a differentiated position in the foodservice industry along with providing useful data for efficient management of temple food. To do this, it examines what influence the characteristics of temple food has on satisfaction with the food and verifies how the types of religion adjust the relationships between the characteristics and the satisfaction. The consumers who frequent temple food restaurants in Seoul and Gyeonggi areas were selected as the sample for this study, and a survey was conducted to those over the age of 20 via self-administered questionnaire from May 1st to June 30th, 2012. A total of 500 copies were distributed and 476 copies were selected as suitable from 488 copies collected for reliability and factor analyses using SPSS 18.0. The proposed research hypotheses were verified with a regression analysis and a multiple regression analysis. The results of this study are as follows. First, the characteristics of temple food have a positive influence on satisfaction with the food. Their subordinate factors such as situation, function, and consistency have positive(+) effects on the satisfaction. Next, it shows that religion does not play a regulatory role in the relationships between the characteristics of temple food and satisfaction with the food.

**Key words:** Temple food, Satisfaction, Religion

#### I. 서론

무병장수는 예로부터 사람들이 가장 관심을 갖는 근본적인 문제이다. 경제 발전과 식량 생산 기술의 향상 등으로 현대에도 전에 없는 풍요로운 식생활을 향유하게 되었으나, 이러한 생활양식의 변화는 암, 뇌혈관 질환, 심장 질환, 고혈압성 질환 등의 비전염성 만성 질환들의 주요 사망 원인

이 되었다(Lee GN · Choi HC 1998). 더불어 외식 시장의 성장은 농약과 환경 호르몬에 노출된 먹거리 및 각종 가공품과 인스턴트 식품의 범람으로 인해 식생활 불량병인 비만과 성인병은 지속적으로 증가하고 있으며, 서구형 외식문화의 발달이 한국인의 체질을 서서히 변화시켰다는 점에서 외식산업의 질적인 발전을 이룩하였다고 단언할 수 없다. 이와 같은 식생활의 변화에 따른 부작용

¶ : 이명호, mhlee5858@hanmail.net, 신홍대학교 호텔조리과

용으로 현재 외식 소비자들은 비만, 암, 성인병 등의 위험에 노출되어 있으며, 이러한 성인병들을 예방하고 치료하는 해결책의 하나로 사찰음식이 부각되고 있다(Choi W *et al.* 2007; Oh CH · Kim HS 2009).

사찰음식은 동물성 식품의 과다섭취로 인하여 발병빈도가 증가하는 심혈관 계통과 소화기 계통의 질환 등에 생리적 효과가 있는 것으로 알려져 많은 사람들의 주목을 받고 있다. 뿐만 아니라 수분과 비타민, 무기질 함량이 높은 반면 저 열량을 나타내는 식물성 식품, 즉 채소 위주의 식단으로 이루어져 있으므로 체중감량의 다이어트식으로도 활용될 수 있다(대한불교조계종사찰음식조사단 2009).

사찰음식에 이용되는 식재료의 대부분이 이노, 소화, 해열, 해독 등의 효능을 가지고 있고 다양한 질병에 활용되고 있으며(송미장 · 기현 · 서혜경 2005), 육류와 어류류를 피하고 오신채(파, 마늘, 부추, 달래, 홍거)를 넣지 않은 주재료의 담백한 맛과 영양의 균형을 유지시킨 독특한 음식으로 내국인은 물론 외국인들에서도 사찰음식이 새로운 외식 트렌드로 부각되고 있다(Hong KJ *et al.* 2005)

또한, 친환경적이면서 몸에 이로운 음식에 대한 욕구가 강해지면서 사찰음식이라는 새로운 음식에 대한 호기심과 당뇨, 비만과 같은 성인병을 예방, 치료할 수 있는 약선 음식으로의 측면 등에서 채식의 기본으로 하고 있는 사찰음식이 많은 관심을 받고 있다. 현대인들의 가장 큰 관심사가 다이어트를 포함한 건강한 삶의 영위이며 외국인들이 생각하는 한국음식의 이미지 역시 건강과 다이어트이다. 더구나 사찰음식의 연구는 수 천년을 이어온 우리의 전통음식으로 역사성이나 보존의 측면에서 보더라도 충분한 가치가 있는 음식이라 할 수 있다.

식품산업의 세계시장 규모가 반도체산업의 15 배가량에 달하는 거대산업으로 부상되고 있고 부가가치와 고용 창출, 수출확대에 기여하는 미래

유망산업으로 떠오르고 있다. 아울러 국민들에게 안전한 먹을거리 제공 및 농어업 발전의 견인차 역할을 하며 문화자원으로 국가정체성 및 국가이미지 표현과 문화매개체 기능(신용석 2009)을 하는 등 새로운 가치로 주목받고 있다.

최근 들어 한식세계화와 더불어 사찰음식에 대한 관심과 함께 사찰음식의 연구와 더불어 사찰음식점의 대중화가 활발히 진행되고 있다.

따라서 본 연구는 사찰음식의 효율적인 경영을 위한 자료를 제공함은 물론 새롭게 부각되고 있는 사찰음식을 외식산업분야에서 경쟁우위의 차별적 위치를 선점할 수 있는 시사점을 제시하고자 한다. 이에 사찰음식특성이 사찰음식만족도에 어떠한 영향관계가 성립하는지를 파악하고, 종교 유형이 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계를 어떻게 조절하는가를 검증하고자 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 사찰음식의 의미

사찰음식은 불교를 수행하는 스님들이 깨달음을 얻어 부처가 되기 위하여 그들이 모여서 사는 곳인 절에서 만들어 먹는 음식이라고 할 수 있다. 사찰음식은 산에서 채취하거나 밭을 일구어 자급 자족하였으므로 유래 깊은 산사에는 전래 사찰음식이 있게 마련이었다(정산 · 김연식 1976; 한복진 등 1997).

증일아함경에 ‘일체의 제법은 식(食)으로 말미암아 존재한다’ 고 되어있는데 이는 붓다의 십대 명호 중 세간해에 대한 맨 처음 설명으로서 존재와 음식을 대등한 위치에서 다루고 있다는 점에서 의미심장한 표현이다. 깨침의 관문에도 먹지 않으면 깨달음에 이를 수 없다는 궁극적인 목적에서 출발한 것으로 선과 음식은 하나임을 깨우쳐 주고 있다(석천 1997; 신병삼 2007). 승가에서 식(食)이란 범어로 아하라(ahara)에 해당하는 것으로 ‘끌어 당겨 보존해 간다’는 뜻으로 중생의 육신이나 성자의 법신을 각기 존재하는 상태로

양육하여 길이 유지해 나가는 것을 의미한다(Cho EJ · Pork SH 1994).

경전에서는 병자가 복용하는 음식뿐 만 아니라 일상의 식품일체를 넓은 의미의 약이라 하여 일상식을 시약, 시분약, 진형수약, 종신약 등으로 일컫고 있으며(철운 1970; 최봉수 1998), 출가 수행자는 선정삼매에서 우러 나오는 법열을 식으로 삼아야 하며 이를 일러 선식이라 하였다(적문 2000). 이처럼 사찰에서 음식을 먹는 것은 입이 즐거워하는 음식을 탐하여 집착하는 것이 아니라 여위는 몸을 낮게 하는 약으로 여겨 마음을 밝혀 깨달음을 이루는데 있다. 즉, 사찰음식은 조리법이나 재료의 독특함에 우선해서 음식을 만드는 과정과 섭취하는 과정이 생명연장을 위한 수단이며 동시 수행의 한 과정이며 불성을 이루기 위해 육체적 근기를 강화하는 수단이라는 것이다(홍승 2000).

식재료면에서 볼때 사찰음식은 육류와 어패류, 오신채(윤해관 1982)를 뺀 제철에 나는 산채, 들채, 나무뿌리, 나무열매, 나무껍질, 해초류, 곡류 등을 가지고 음식을 만들며 음식의 조리방법이 간단하여 주재료의 맛과 향을 살리도록 양념을 제한하고 인위적 조미료를 넣지 않은 음식이다(김연식 2005).

즉 사찰음식은 단순한 먹을거리가 아니며 깨달음과 지혜를 얻는데 필요한 수행과정의 하나이며(선재 2007) 대표적인 채식, 선식이며, 불교적 가치관과 이념이 담긴 마음을 맑게 해주는 음식으로 이해하는 것이 필요하다(이심열 2009).

위의 연구를 기반으로 본 연구에서 사찰음식이란 불교의 철학과 문화가 담겨 있는 수행식이면서 유구한 역사를 지닌 우리 고유의 음식으로 한국 음식문화의 대표성을 지니고 있으며 선식, 전채식, 자연식, 건강식, 향토식, 환경식전채식, 지혜식, 자비식으로 대중화와 산업화가 가능한 음식으로 정의 하고자 한다.

## 2. 사찰음식의 동향

이심열(2009)은 사찰음식으로 단체급식메뉴 및 식단을 개발하여 사찰음식의 대중화 방안을 제시 하였으며, 대한불교조계종사찰음식조사단(2009)은 대전·충청지역의 사찰음식 현황을 상세히 조사하였다.

Hong KJ *et al.*(2007)은 사찰음식 선호도 결정요인에서 육식위주의 식생활이 각종 성인병을 유발할 수 있고, 채식중심의 식생활이나 발효음식이 성인병이나 암을 예방할 수 있다는 측면에서 소비자의 관심이 자연식, 건강식을 선호하는 추세라고 보고 연구한 결과 사찰음식을 성인병 예방식 및 건강식으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

Kim JA · Lee SY(2006)은 사찰의 후원시설이 현대화 된 곳이 많고 식사 준비자는 일반인으로 대체 되면서 일부 사찰에서는 전통을 벗어나 변화해 가고 있어 조리사를 대상으로 한 영양교육과 사찰식단의 표준화 작업의 필요성을 강조하였다. Cho EJ · Pork SH(1994)는 전국 주요 사찰제공 식단의 영양적 평가를 통해 사찰음식이 우수한 식단으로 현대인들에게 건강식과 웰빙식으로 응용될 필요성이 있다고 하였다.

Nam HJ *et al.*(2005)은 사찰음식의 일상식 사용되는 사찰음식 재료의 약성을 살펴보고 건강식으로서의 전망에 대해 언급하였으며, 신도길·장병주(2004)는 전통 사찰음식의 관광 상품화 방안으로 지방자치단체의 정책적인 관심과 제도적으로 지속적인 지원의 필요성을 강조하였다. 또한 우수한 전통사찰음식의 조리법을 체계화시키고 강습과 견학기회를 마련하고 전시회와 박람회 등의 참여와 생활건강과 연계하여 성인병 예방, 다이어트 등 우수성을 집중적으로 홍보하여야 하며, 마지막으로 전통사찰음식을 주력 메뉴로 하는 전문영업점의 생성이 필요하다고 강조하였다.

조민오(2002)는 불교의 음식문화에서 식사의 목적과 의의, 먹어도 되는 음식, 식사방법 등을 문헌을 통하여 살펴보았으며, 한국전통 사찰 음식

의 대중화 방안에서 이용자의 인식차원 분석결과, 학력이 높을수록 건강과 사찰음식에 대한 관심이 많았으며 건강에 대한 관심이 높을수록 사찰음식에 대해서도 높은 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다.

Park HY *et al.*(2002)은 서울지역 비구니 스님들의 식생활과 건강상태에 대한 조사 연구를 실시하여 단백질, 지질 및 칼슘 급원의 식품군을 더 섭취하는 식생활 개선방안을 제시하였다.

심상도(2002)는 서운암의 사찰음식을 통한 사찰관광의 필요성을 강조하면서 사찰음식의 특성과 조미료 향신료, 고명, 양념류 및 유명 전래 음식을 조사하였다. Jung BO(2008) 사찰관광개발을 통한 종교관광활성화에 관한 연구를 실시하여 사찰이 가진 관광매력물로서의 당위성과 가능성을 살펴보고, 류시승(1996)은 한국 사찰김치는 지역과 기후조건에 따라 차이가 있고 약 50여종의 김치가 구전으로 전해지고, 현재는 20여종의 김치가 현존하고 있음을 밝혔다. 사찰김치의 특성은 감미료로 감초를 이용하고 젓갈류 대신 간장이나 된장을 사용하는 것으로 나타났다. 조은자·박선희(1994)는 서울과 경남지역 승가의 식생활에 관한 조사에서 첫째 식이패턴과 특별식을 중심으로 둘째 주식과 부식을 중심으로 두 논문을 연구하여 현재 사찰음식의 종류를 체계적으로 조사, 정리하였다. 이 외에도 불교종단이나 스님들이 학회지, 단행본 등을 통해 바른 사찰음식의 보급과 대중화를 위한 노력으로 연구하고 있다.

이처럼 사찰음식에 대한 선행연구는 스님들의 식단 현황 및 영양성분조사가 주류를 이루고 있으며, 사찰음식 대중화나 특성에 따른 연구는 미미한 실정이다. 이에 본 연구에서는 사찰음식에 높은 관심을 가진 외식고객에 대한 철저한 분석과 성향을 파악함으로써 사찰음식특성이 사찰음식만족에 미치는 영향관계를 파악하고 또한 종교적인 관점에서 어떻게 조절효과를 나타내고 있는지 파악하고자 한다.

### 3. 사찰음식만족

고객 만족은 고객 충성도의 대표적인 선행요인으로 인식되고 있으며(Bloemer J · Ruyter K 1998; Oliver RL 1993), 고객들은 높은 수준의 만족을 제공하는 기업에 대하여 관계를 지속하거나 재구매하려는 경향이 높아지는 것으로 인식되고 있다(Kasper H 1988). 즉, 만족한 고객은 동일한 제품이나 서비스를 반복적으로 구매하려고 하며, 경쟁 제품에 대하여 저항을 한다(Anderson EW · Sullivan MW 1993).

Newman JW · Werbel A(1973)는 불만족한 고객이 만족한 고객에 비해 재방문 가능성이 떨어지며, 고객 만족은 소비자의 태도에 영향을 주고, 이 태도는 재방문 의사에 영향을 준다고 하였다. 또한 불평 행위를 한 불만족 고객이 불평 행위를 하지 않는 고객보다 불평 행위가 만족스럽게 처리되지 않을 경우에도 재방문율이 더 높다는 것이 밝혀졌다. 이러한 사실은 기업이 불만족 고객으로 하여금 상표를 전환하기보다는 불평 행위를 하도록 유도할 필요가 있다는 것을 시사한다. 고객에게 불평 행위를 할 수 있는 기회를 주는 것은 비록 그 불평 행위가 적절하게 처리되지 않더라도 기업의 이미지와 매출을 제고하는데 중요하다. 이와 같은 관점에서 고객관계관리는 고객 유형에 따른 접근 방법으로 수익을 가져오는 고객, 즉 우량 고객과는 관계를 개발하고 수익이 적은 고객, 불량고객의 사업비용을 관리하는 하나의 방법으로 볼 수 있다(Gamble PR *et al.* 2005).

재구매는 제품 또는 서비스를 다시 이용할 것 인지에 대한 고객들의 평가를 가장 직접적으로 나타내주는 지표로 많은 기업들이 이를 측정하고 있다.

대부분의 실증 연구는 재구매 의도를 단일차원 측정 방법으로 조작화하고 있다. 이들은 재구매 의도를 다차원 측정 방법을 사용하여 개발하였는데, 재구매 의도와 관련된 행동 의도에 다섯 가지 요인들로 충성도, 전환 성향, 해당 문제에 대한 외부 반응 및 해당 문제에 대한 내부 반응 등이다

(Zeithaml VA *et al.* 1996).

연구자들은 서비스 질이 호의적인 행위 의도와 정(+)<sup>1</sup>의 방향으로 관련이 되고, 비우호적인 행동 의도와 부(-)<sup>2</sup>의 방향으로 관련이 된다고 밝혔다(Zeithaml VA *et al.* 1996). 연구자들은 가치가 품질과 가격 변수를 매개로 하여 재구매 의도에 양의 방향으로 영향을 미친다는 것을 발견하였다. 그리고 그들은 역시 재구매 의도에 대한 가격의 직접적인 부정적 효과와 품질의 직접적인 긍정적 효과를 발견하였다(Dodds WB 1991).

#### 4. 종교

종교의 역사는 인류의 역사만큼 오래되었으며 현대에 이르기까지 전 세계적으로 정치·경제·사상·예술·과학 등 사회의 전 영역에 깊이 관련되어 있는, 절대적이며 궁극적인 가치 체계로서 기능해 왔다.

종교라는 말은 근본이 되는 가르침을 의미하는 불교어로 19세기 말 일본 메이지 시대(明治時代)에 서양의 ‘religion’의 번역어로 쓰이게 되면서 일반화된 것이다. ‘religion’의 어원은 라틴어의 ‘religio’로서, 초자연적인 존재에 대한 외경의 감정과 그것을 표현하는 의례 등의 행위를 의미하며 현재의 ‘종교’는 불교·기독교·이슬람교·유교 등의 개별 종교들을 총칭하는 유(類)개념으로 사용되고 있다(한국민족문화대백과).

한 사회의 전통과 관습은 음식문화에 지대한 영향을 끼친다. 특히 종교는 식생활을 규제하거나 권장하는 경우가 많기 때문에 긴 세월이 흐르는 동안 종교마다 서로 다른 식습관으로 정착되었다.

종교의식에 음식은 반드시 포함되고 한국가의 종교는 그 민족의 음식에 대한 규정, 금기사항, 음식을 먹는 습관, 그리고 풍습에 큰 영향을 끼쳐 사회의 가치관을 변화시키는 동시에 여러 가지 형태의 규범 혹은 음식에 대한 제한이나 장려등을 통하여 우리 생활에 영향을 끼쳐왔다.

특히 불교는 우리나라에서 오랫동안 신봉되어

온 종교로서 우리 식생활문화에 많은 영향을 끼쳐 왔다(박수정·노정미 1998). 불교는 채식에 종교적 신성을 부여하여 육류와 어패류, 오신채 등을 엄격히 금지하고 불공의 공양물로 힌두교에서는 소를 금식 대상으로 삼고 있으며 이슬람교의 금식 식품은 돼지고기, 죽은 동물의 고기와 피, 목줄려 죽은 고기이며, 한편 그리스도교에서는 특정 동물에 대한 금기는 없으나, 금육일과 단식일이 정해져 있다. 대부분의 국민이 정교회 신자인 루마니아에서는 부활절, 성탄절 등에 특별한 음식을 준비하는 등 종교는 식생활에 많은 영향을 끼쳐 왔다(엄태현 2003; 김희섭 등 2005).

인간의 생활조건 중에서 가장 중요한 것은 의식주이다. 그 중에서도 식생활은 생존의 필수요소로 수 천년이 흐르면서 의복과 주거는 현대에 맞게 변화하였으나 우리의 식생활은 아직도 주식인 밥과 부식인 반찬위주의 식생활을 유지하고 있다. 특히 사찰음식은 천년을 넘어 이어오는 우수한 음식으로 한식을 대표하는 음식중의 하나로 자리매김하고 있다.

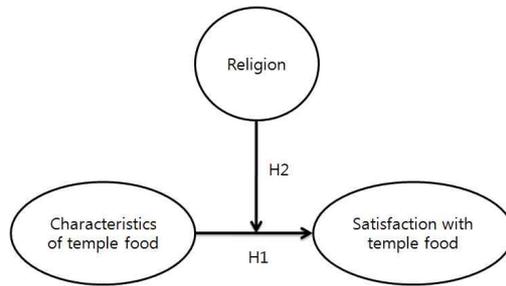
최근에는 사찰음식에 대한 관심이 높아지면서 종교를 초월한 타 종교인들도 불교의 음식과 식문화에 큰 관심을 가지거나 직접 배우러 다니는 경우가 늘고 있고 사찰음식점을 방문하는 고객들 중에도 타 종교인의 수가 월등하다.

### Ⅲ. 조사 설계

#### 1. 연구 모형과 연구 가설

본 연구는 사찰음식특성이 사찰음식만족도에 미치는 영향을 파악하고, 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계에서 종교의 조절효과를 검증하여 각 변인간의 영향관계를 도출하고자 한다.

따라서 본 연구는 사찰음식특성 각각의 요인간의 관계를 검증하기 위하여 <Fig. 1>과 같이 연구모형을 도출하였다.



<Fig. 1> Research model

1) 사찰음식특성과 사찰음식만족의 관계

신도길·장병주(2004)는 전통사찰음식의 관광 상품화 방안으로 첫째, 우리나라 전통사찰음식을 관광 상품화시키기 위해서는 지방자치당국의 정책적인 관심과 제도적으로 지속적인 지원의 필요성을 강조하였다. Oliver(1980)는 만족결정의 선행변수와 그 결과변수에 대한 인지적 모델이라는 논문에서 소비자 만족을 기대와 기대에 대한 불일치의 함수로 표현했다. 구매 후 제품평가는 소비자의 기대에 못 미칠 수 있으면 부정적 불일치, 기대에 부합할 수 있으면 일치, 그리고 기대보다 더 긍정적이면 긍정적 불일치로 평가된다고 하였다. Lockshin *et al.*(2006)은 와인의 관여도에 따른 브랜드, 지역, 가격에 대한 소비자의 민감도를 분석한 결과 와인 선택시 관여도의 역할은 구매형태에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Bolfing·Woodruff(1988)는 관여도는 만족을 이끌어 내는 과정에 영향을 미친다고 하였고, Iwasaki·Havitz(1998)는 관여도가 높은 상황에서 소비자는 자신에게 가장 적합한 제품이나 브랜드를 선택하기 위해 많은 노력을 기울이고 자신에게 가장 큰 혜택을 주는 것을 선택하기 때문에, 선택된 제품이나 브랜드가 만족스럽다면 이에 대해 높은 충성심을 보인다고 지적하였다.

따라서 사찰음식관여도는 사찰음식만족도에 유의적인 영향을 미칠 것으로 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다. 강수민(2010)은 외식소비자의 웰빙에 대한 인식과 실천정도가 웰빙 음식점 선택속성에 미치는 영향이라는 논문에서 정

신지향과 자아지향의 인식요인이 음식점 선택속성에 중요한 요인으로 작용한다고 보고하고 있다. 신봉규(2010)에 의하면 한식에 대한 인식이 한식의 충성도에 영향을 미친다는 연구결과가 나타났다(Goldsmith RE *et al.* 1998)

위의 연구들의 결과를 종합해보면 사찰음식인식은 사찰음식만족도에 영향을 미칠 것으로 보인다. 이러한 연구 결과를 토대로 본 연구에서는 사찰음식특성은 사찰음식만족에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

연구 가설 1. 사찰음식특성은 사찰음식만족에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

2) 사찰음식특성과 사찰음식만족의 관계의 관계에서 종교의 조절효과

불교는 계율에 의해 사찰에서 먹는 음식과 먹어서는 안 되는 음식이 분명하게 구별되어 있다. 이에 본 연구에서는 사찰음식에 대한 외식소비자의 관심이 증대 하고 있는 이때 종교가 사찰음식특성과 만족도간의 관계에서 어떠한 조절 효과가 있는지를 측정하여 사찰음식전문점의 이미지 제고 및 가능성을 보고자 한다. 이에 본 연구에서는 종교가 사찰음식인식과 만족도간의 조절 효과를 검증하고자 한다.

연구 가설 2. 종교는 사찰음식특성과 사찰음식만족간의 관계를 조절할 것이다.

2. 조사 설계

본 연구에서는 사찰음식전문점 이용자를 대상으로 설문을 통하여 사찰음식특성이 만족도에 미치는 영향관계 및 종교의 조절역할을 알아보고자 하였다. 본 연구의 표본은 서울과 경기지역의 사찰음식전문점을 이용하는 소비자들로 선정되었으며, 설문조사는 사찰음식전문점 소비자들 중 20대 이상 남녀 응답자가 직접 기입하는 자기기입식 설문조사방법(self-administered questionnaire survey method)에 의하여 2012년 5월 1일부터 6월 30일까지 2개월간 실시하였다. 총 500부를 배포하고, 이 중 488부가 회수된 설문지 중에서 중심화 경향이 심하거나, 분석에 부적합한 설문지 12부를 제외하고 476부에 대하여 SPSS 18.0을 이용하여 요인분석과 신뢰성 검증을 실시하고, 제시된 연구 가설을 검증하기 위해서 다중회귀분석과 조절적 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 일반적 특성

본 연구를 위해 추출된 표본이 모집단인 사찰음식 이용객의 대표성을 추정할 수 있도록 인구

통계적 특성을 파악하는 빈도분석을 시행하였다. 첫째, 종교에 있어서는 불교가 182명(38.2%), 기독교가 117명(24.6%), 천주교가 58명(12.2%), 기타 및 무교가 119명(25.0%)로 나타나 불교가 가장 높은 것으로 나타났다. 둘째, 사찰음식에 대한 이전 경험에 있어서는 경험이 있다 359명(75.4%), 경험이 없다 117명(24.6%)으로 나타나 대부분 사찰음식에 대해서 경험이 있는 것으로 나타났다. 셋째, 성별분포는 남성이 190명(39.9%), 여성이 286명(60.1%)으로 나타나 여성이 남성보다 매우 높은 비율을 보이고 있다. 넷째, 연령의 분포에 있어서는 20대가 145명(30.5%), 30대가 128명(26.9%), 40대가 108명(22.7%), 50대 이상이 95명(20.0%)으로 나타났다. 다섯째, 결혼유무는 미혼이 249명(52.4%), 기혼이 227명(47.7%)등의 비율을 보이는 것으로 나타났다. 여섯째, 학력은 고졸이 133명(27.9%), 전문대졸 119명(25.0%), 대졸이 195명(41.0%), 대학원이상이 29명(6.1%)으로 나타났다. 다섯째, 가계의 연소득에서는 1000만원 미만인 68명(14.3%), 1000만원-2000만원 미만이 87명(18.3%), 2000만원-3000만원 미만이 103명(21.6%), 3000만원-4000만원 미만이 92명(19.3%), 4000-5000만원 미만이 54명

<Table 1> General characteristics of the respondents

Item	Division	Frequency(%)	Item	Division	Frequency(%)
Gender	Male	190(39.9)	Marital Status	Single	249(52.4)
	Female	286(60.1)		Married	227(47.7)
Years	20-29	145(30.5)	Temple food Experience	Yes	359(75.4)
	30-39	128(26.9)		No	117(24.6)
	40-49	108(22.7)	Education	High School	133(27.9)
	50years old	95(20.0)		College	119(25.0)
Religion	Buddhism	182(38.2)		University	195(41.0)
	Christianity	117(24.6)	Graduate School	29(6.1)	
	Roman Catholicism	58(12.2)	Job	Professional	91(19.1)
	Others	119(25.0)		Service/sales	120(25.2)
Income	Less than 10 million won	68(14.3)		Official	117(24.6)
	1000 ~ 2000 million won	87(18.3)		office worker	96(20.2)
	2000 ~ 3000 million won	103(21.6)		Freelancer	23(4.8)
	3000 ~ 4000 million won	92(19.3)		Education	29(6.1)
	4000 ~ 5000 million won	54(11.3)			
	More than 50 million won	72(15.1)			

<Table 2> Exploratory factor analysis of temple food

Measurement Scale		Factor loading	Eigen Value	% Variance	%Accumulation Variance
Situation Characteristics	I am interested in temple food.	.811	5.988	28.512	28.512
	Temple food is interesting and fun.	.806			
	I always visit a famous temple food restaurant.	.792			
	Delicious temple food gives me pleasure.	.781			
	I like to try special temple food.	.744			
	Temple food gives me relaxation of life.	.651			
	Whenever I select a temple food restaurant, I think of its value.	.611			
I consider its high value when I search a temple food restaurant.	.550				
Functional Characteristics	Temple food is good to relieve stress.	.870	4.320	20.572	49.084
	I search information about temple food through the Internet.	.820			
	I share information about temple food.	.817			
	Temple food is good for health.	.812			
	Temple food is delicious.	.648			
Temple food has diverse menu items.	.611				
Consistency characteristics	Temple food supplies seasonal specialties.	.791	3.638	17.325	66.410
	Temple food is easy to cook.	.657			
	Temple food has high nutritions.	.637			
	Temple food uses non stimulating ingredients.	.618			
	Temple food uses organic ingredients.	.617			
Temple food uses eco-friendly ingredients.	.610				
Temple food is a diet food with low calories.	.571				

KMO-Bartlett : Kaiser-Meyer-Olkn : 0.939,  $X^2$  : 7196.875, DF : 210, p : 0.000

(11.3%), 5,000이상이 72명(15.1%)으로 나타났다.

2. 측정 척도의 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서 사용되는 변수들에 대한 타당성 검증은 독립변수와 조절변수, 종속변수 등으로 구분하였으며, 회전된 요인분석을 실시하였다. 본 연구에서는 판별타당성의 확보를 위해 많이 활용되는 주성분분석(principal component factor analysis)을 이용하였으며, 요인회전 방법으로는 요인들 간의 상호독립성을 유지하여 회전하는 직각회전방법(varimax rotation)을 선택하였다. 우선 1차 요인분석을 통해 낮게 나타나거나 의미가 없게 묶인 항목을 제외시키고, 나머지 항목에 대한 요인분석을 2차적으로 실시하는 방법이 사용되었다.

독립변수인 사찰음식특성의 총 21개 변수들에 대한 요인분석을 <Table 2>와 같이 실시하였다.

요인분석결과 누적설명력은 66.41%였으며, 아이겐 값이 1을 넘는 요인은 3개로 나타났다.

종속변수인 사찰음식만족의 총 8개 변수들에 대한 요인분석을 <Table 3>과 같이 실시하였다. 요인분석결과 누적설명력은 65.28%였으며, 아이겐 값이 1을 넘는 요인은 1개로 나타났다.

따라서 모든 변수들이 설문항목의 손실 없이 하나의 변수로 묶여져서 통계분석에 그대로 사용하기로 했다.

3. 요인간의 상관관계 분석

상관관계 분석은 탐색적 연구에서 가설검증에 사용될 뿐 아니라 가설검증을 실시하기에 앞서 모든 연구가설에서 사용되는 주요 변수들의 관계의 강도를 제시함으로써 변수들 간의 관련성에 대한 대체적인 윤곽을 제시해준다. 따라서 상관관계 분석은 모든 분석에 앞서 요구되는 선행조

〈Table 3〉 Exploratory factor analysis of satisfaction with temple food

Measurement Scale	Factor loading	Eigen Value	% Variance
I am satisfied with the prices of temple food.	.873	5.215	65.187
I am satisfied with the taste of temple food.	.860		
I am generally satisfied with the purchase of temple food.	.856		
I will tell optimistically about temple food.	.840		
I have an intention to recommend strongly to others about temple food.	.829		
I am satisfied with temple food menu items.	.807		
I am satisfied with the nutrition of temple food.	.776		
I will be proud of the purchase of temple food.	.578		
KMO-Bartlett : Kaiser-Meyer-Olkn : 0.912, $X^2$ : 2632.447, DF : 28, p : 0.000			

건이기도 하다. 본 연구에서 사용된 관련 변수들의 기술통계와 변수들 간의 상관관계는 다음의 <Table 4>와 같다.

#### 4. 가설 검증

##### 1) 사찰음식특성과 사찰음식만족의 관계

사찰음식특성과 사찰음식만족간의 관계를 살펴보기 위하여 회귀분석을 실시하였으며, <Table 5>에 결과를 제시하였다. 먼저 통제변수들과 사찰음식만족간의 관계를 보면, 사찰음식경험과 연령에서에서 유의한 것으로 나타났으며, 결혼유무, 학력, 소득 및 직업은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또한 모형2에서는 연령이 높을수록 유의한 것으로 분석되었으며, 그 외 사찰음식경험, 성별, 결혼유무, 학력, 직업 및 소득에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가설 1은 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계에 관한 것으로 이를 위하여 <Table 5>의 모형 2를 살펴보면 사찰음식만족은 유의수준0.001에서 상황적특성( $\beta=0.258$ ), 기능적특성( $\beta=0.155$ ), 지속적특성( $\beta=0.403$ )과 정(+)의 관계를 보이고 있는 것으로 나타났다. 따라서 사찰음식특성은 사찰음식만족도에 유의한 정(+)의 관계를 가질 것이라는 가설 1은 채택 되었다.

계층적 회귀분석은 회귀식에 변수들을 단계적으로 투입하는 과정에서 조절효과를 확인하고자 하는 변수를 독립변수와 상호작용항(interaction term)으로 추가했을 때의 설명력(R<sup>2</sup>값)이 통계적으로 유의하게 증가하느냐의 여부를 통해 알아보는 통계기법이다. 독립변수(X)와 종속변수(Y)간의 관계에서 가정된 조절변수(M)의 조절효과를 검증하기 위해서는 다음과 같은 4단계의 회귀식을 통해 이루어진다.

〈Table 4〉 Results of correlation analysis of the factors

Factor	Situations Characteristics	Functional Characteristics	Consistency Characteristics	Satisfaction with temple food
Situation Characteristics	1.000			
Functional Characteristics	0.409**	1.000		
Consistency Characteristics	0.766**	0.613**	1.000	
Satisfaction with temple food	0.675**	0.528**	0.741**	1.000

<Table 5> Relationships between the characteristics of temple food and satisfaction with the food

Factor	Model 1		Model 2	
	Beta	t-Value	Beta	t-Value
(Constant)	.168***	3.869	.035	1.108
Temple food experience	.002	.046	-.005	-.158
Gender	.304***	5.052	.105*	2.412
Control/ Variable				
Years	-.043	-.807	-.018	-.487
Marital Status	.060	1.339	.018	.562
Education	.044	.990	-.010	-.325
Job	.001	.028	-.012	-.342
Income				
Indepen			.258***	5.422
dent/Var			.155***	4.069
iable			.403***	7.294
	$R^2$	0.178		0.599
	Adjusted $R^2$	0.164		0.590
	F	12.619		162.503
	Sig $\Delta$ F	0.000		0.000

\*:p<.05, \*\*:p<.01, \*\*\*:p<.001

1단계  $Y = \alpha + \beta C + \varepsilon$

2단계  $Y = \alpha + \beta C + \beta X + \varepsilon$

3단계  $Y = \alpha + \beta C + \beta X + \beta M + \varepsilon$

4단계  $Y = \alpha + \beta C + \beta X + \beta M + \beta X \cdot M + \varepsilon$

$\alpha$  = 상수  $\beta$  = 회귀계수  $\varepsilon$  = 잔차 항

C = 통제변수

X · M = 독립변수와 조절변수간의 상호작용 항

가설 2는 사찰음식특성과 사찰음식만족 간의 관계를 종교의 조절효과가 있는가에 관한 것이다. 즉, 사찰음식의 하위요인이 사찰음식만족에 미치는 영향에 있어서 사찰음식의 상황적, 기능적, 지속적특성에 따라서 어떻게 달라지는 가를 검증하는 것이다.

가설 2는 사찰음식특성과 사찰음식 만족의 관계를 종교가 조절하는가에 대한 것으로, 계층적 회귀분석을 실시하고 결과를 <Table 6>에 제시하였다.

<Table 6>에서 보는 바와 같이 모형1에서 통제 변수들만이 회귀식에 투입되었을 때 설명력( $R^2$ )이 .149이었으나, 모형2에서 사찰음식특성의 하위요인을 투입한 설명력( $R^2$ )이 .598로 증가하였

다. 모형3에서 조절변수인 불교, 기독교, 천주교, 무교가 투입되었을 때 설명력( $R^2$ )은 .600으로, 그리고 독립변수와 조절변수간의 상호작용항을 투입한 모형4는 설명력( $R^2$ )이 .606으로 증가하였지만, F 변화량의 유의확률이 .831로 나타나 통계적인 유의성을 확보하지 못하였다.

통계결과를 구체적으로 살펴보면, 조절변수인 불교, 기독교, 천주교 및 무교가 추가된 모형 3에서 4개의 변수 모두 사찰음식만족에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 부(-)의 관계를 보였다. 따라서 가설 2는 기각되었다. 이러한 분석결과는 사찰음식은 사찰 내에서만 먹을 수 있는 희귀한 종교음식이라기 보다는 현대인들의 건강에 유용한 음식이라는 선행연구와 그 맥을 같이하고 있음을 알 수 있다. 따라서 사찰음식은 종교적인 이유와 관계없이 현대인들의 건강음식으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

### 5. 논의

현대인들의 식생활의 변화는 친환경적이면서 건강에 이로운 자연식품과 같은 몸에 이로운 좋은 음식에 대한 욕구가 강해지면서 사찰음식이라

〈Table 6〉 Moderating effect of religions (Dependent variable: satisfaction)

Factor	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
	Beta	t-Value	Beta	t-Value	Beta	t-Value	Beta	t-Value
(Constant)								
Temple food experience	-.199***	-4.580	-.039	-1.262	-.035	-1.108	-.031	-.980
Gender	.003	.063	-.005	-1.148	-.005	-1.158	-.001	-.031
Control/ Variable								
Years	.311***	5.096	.104*	2.397	.105*	2.412	.103*	2.348
Marital Status	-.018	-.336	-.013	-.353	-.018	-.487	-.018	-.483
Education	.059	1.305	.017	.549	.018	.562	.015	.489
Job	.050	1.104	-.010	-.306	-.010	-.325	-.010	-.323
Income	-.006	-.125	-.014	-.388	-.012	-.342	-.012	-.334
Independent/ Variable								
Characteristics of temple food Situation			.263***	5.545	.258***	5.422	.314***	5.239
Function			.157***	4.124	.155***	4.069	.158***	3.362
Consistency			.405***	7.331	.403***	7.294	.400***	6.036
Moderating								
Buddhism					.050	.405	-.553	-.544
Christianity					.051	.469	-.617	-.690
Roman Catholicism					.000	.004	-.526	-.768
Others					.016	.149	-.675	-.746
Interaction								
Characteristics*Buddhism							-1.091	-.874
Characteristics*Christianity							-.569	-.667
Characteristics*Roman C							-.352	-.485
Characteristics*others							.383	.359
$R^2$		.149		.598		.600		.606
Adjusted $R^2$		.136		.589		.588		.583
F		11.722		172.997		.510		.614
Sig $\Delta$ F		0.000		0.000		.729		.831

\*:p<.05, \*\*:p<.01, \*\*\*:p<.001

는 새로운 음식에 대한 호기심과 당뇨병이나 비만 같은 성인병을 미연에 예방한다는 측면에서 채식을 기본으로 하고 있는 사찰음식에 많은 관심을 보이고 있다.

이와 같은 맥락에서 사찰음식은 동물성식품의 과다섭취로 인하여 발병빈도가 증가하는 심혈관계통과 소화기계통의 질환 등에 생리적 효과가 있는 것으로 알려져 많은 사람들의 주목을 받고 있다.

따라서 본 연구는 사찰음식특성이 사찰음식만족에 어떠한 영향관계가 성립하는지를 파악하고, 종교유형이 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계를 어떻게 조절하는가를 검증하였다.

분석결과를 요약하면 먼저 가설 1은 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계에 관한 것으로 모형 2를 살펴보면 사찰음식만족은 유의수준

0.001에서 상황적특성( $\beta=0.258$ ), 기능적특성( $\beta=0.155$ ), 지속적특성( $\beta=0.403$ )과 정(+)의 관계를 보이고 있는 것으로 나타났다. 따라서 사찰음식은 사찰음식만족에 유의한 정(+)의 관계를 가질 것이라는 가설 1은 채택 되었다.

사찰음식관련 선행연구를 살펴보면 홍금주(2007)는 성인 남녀를 대상으로 사찰음식 선호도를 조사하였는데, 음식의 외형, 사회적 환경, 건강적 요인, 음식의 본질, 음식의 홍보 등 5개 요인을 도출하였는데, 여기에서 연령층이 높고, 전문적이며, 학력과 소득이 높은 응답자에서 사찰음식을 선택하는 비율이 높게 나타났다. 그리고 현대까지는 대중적인 음식으로 자리매김하지 못하고 있으나, 성인병 예방식 및 건강식으로 인식되는 사찰음식의 기능적특성과 지속적인 특성으로 본 연구와 같은 맥락으로 이해할 수 있는 부분이다.

그리고 사찰음식 식재료의 영양적가치가 높고, 자극적이지 않은 양념, 유기농 식재료, 친환경적인 식재료, 저칼로리의 다이어트식, 그리고 사찰음식이 성인병에 좋을 것이라는 기능적 관여도에 기인한 것으로 이해할 수 있다. 아울러 사찰음식에서만 찾을 수 있는 사찰음식에 대한 맛과 계절별로 제공되는 제철에 나는 식재료를 사용한 사찰음식의 지속적특성이 높을수록 사찰음식의 인식에 긍정적인 영향을 미친 것으로 풀이할 수 있다.

또한 사찰음식특성의 하위차원인 상황적특성, 기능적특성, 지속적특성에 대한 사찰음식의 가격, 사찰음식의 맛, 사찰음식의 메뉴, 사찰음식의 영양 등 전반적인 사찰음식에 대해 사찰음식점을 이용하는 소비들이 사찰음식의 특성에 대해서 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

즉, 사찰음식이 천연조미료를 사용한 자연적인 조리법으로서 성인병을 예방하고, 건강증진에 도움이 된다는 것이다. 또한 동물성기름을 최소화한 조리법과 계절별 요리제공, 친환경적인 식재료 사용 등은 환자식으로도 적합한 음식으로 일반적인 채식과는 다른 음식으로 인식하고 있다고 해석할 수 있다.

둘째, 종교는 사찰음식특성과 사찰음식만족도 간의 관계에서 조절역할을 할 것이라는 가설 2는 기각되었다. 이러한 분석결과는 종교성향이 강한 사찰음식이지만 종교가 사찰음식특성과 만족도 간에 영향을 주지 않는다는 것이다. 즉, 기독교인이나 천주교를 종교로 가지고 있는 소비자라 할지라도 사찰음식에 대해서는 종교적 음식으로 인식하지 않는다는 것이다. 따라서 기독교나 천주교 또는 종교가 없는 소비자라라도 건강에 도움이 되면 사찰음식을 먹겠다는 것으로 해석되어 사찰음식이 특별한 종교음식이 아닌 건강식으로 자리매김 하고 있음을 알 수 있다.

## V. 결 론

사찰음식은 유구한 역사만큼 정체성을 지닌 건

강 수행식으로 채식위주인 우리나라 고유의 맛을 잘 표현한 음식이다. 산사에서나 맛볼 수 있던 사찰음식이 건강식으로 인식되면서 점점 도심 속으로 대중화 되고 있으며 환경과 건강을 생각하는 현대인들에게 필요한 생활 식단으로 부상하고 있다.

사찰음식은 우리의 건강한 먹거리를 공급해 주고 문화생활의 중추적인 역할을 담당하는 등 외식상품의 가치와 함께 외식 시장성에 주목하고 있다.

이에 본 연구는 첫째, 사찰음식특징인 상황적특성, 기능적특성, 지속적특성이 사찰음식만족도에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하였다. 둘째, 상황적특성, 기능적특성, 지속적특성과 사찰음식만족도의 관계에서 종교 즉, 불교, 기독교, 천주교, 기타종교 등의 종교적 요인을 투입하여 상호작용효과를 검증하였다.

표본은 사찰음식레스토랑의 고객을 대상으로 476부의 유효한 설문지를 확보하였고, 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석과 계층적 회귀분석을 이용하였다. 가설 검증시 변수들 간의 명확한 관계를 살펴보기 위해 인구통계학적 변수 7개 항목을 통제변수로 사용하였다.

본 연구의 결과를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 사찰음식특성은 전체적으로 사찰음식만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 사찰음식특성의 하위요인인 상황적특성, 기능적특성 그리고 지속적특성 모두 사찰음식만족도에 긍정정인 정(+)의 관계가 있었다. 이러한 분석결과는 대부분의 사찰음식 소비자들이 메뉴, 가격, 맛, 영양 등 사찰음식의 특성에 대해서 전반적으로 만족하고 있으며, 향후 다른 소비자에게 긍정적으로 이야기하고, 주변 사람들에게 적극적으로 추천하겠다는 의지의 표현이라고 할 수 있다.

따라서 사찰음식특성이 대부분의 소비자들에게 이와 같이 긍정적으로 평가되고 있기 때문에 적극적인 홍보와 마케팅으로 활성화할 수 있는 체계적인 운영방안을 모색할 수 있도록 해야 할

것으로 판단된다. 둘째, 종교는 사찰음식특성과 사찰음식만족도 간의 관계에서 조절역할을 하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 사찰음식은 불교음식이면서도 소비자들은 종교음식으로 인식하지 않는다는 것이다. 즉, 기독교인이나 천주교의 소비자라 할지라도 사찰음식에 대해서는 종교적 음식이 아닌 건강음식으로 인식하고 있음을 알 수 있다. 따라서 기독교나 천주교 또는 종교가 없는 소비자라라도 건강에 도움이 되면 사찰음식을 먹겠다는 것으로 해석되어 사찰음식이 특별한 종교음식이 아닌 건강식으로 자리매김하고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 시사점 및 사찰음식의 발전을 위한 제언은 학문적인 측면, 식문화적인 측면, 외식산업적인 측면에서 기대효과를 예측해 볼 수 있다.

먼저 학문적인 측면에서 본 연구는 종교 음식의 외식 경영 연구의 시발점으로 앞으로 보다 많은 연구가 이루어 질 수 있을 것이다. 또한 우수한 사찰음식을 계승 발전시키고 우리나라 전통음식으로서의 평가와 더불어 대중화되고 있는 사찰음식점의 효율적인 경영정보를 제시할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 식생활 문화적 측면에서 사찰음식의 궁극적인 관심을 고취시키고 메뉴개발 및 식단 작성으로 현대인들의 먹거리 문제를 해결할 수 있는 건강하고 바람직한 식생활 문화 형성에 좋은 역할을 담당 할 수 있을 것으로 기대된다.

셋째, 산업적 측면에서는 불교의 식생활 문화를 소재로 한 다양한 관광 상품으로 기획할 수 있는 기회를 제공할 수 있고 건강 컨셉으로 종교음식점과 같은 한식 고유의 음식점 운영의 대표적인 사례가 될 수 있을 것으로 여겨진다.

사찰음식은 수천년을 이어온 우리 고유의 전통 음식문화 유산으로 현대인들의 건강한 먹거리 제공에 기여한다. 또한 로하스적인 삶을 추구하는 세계인들에게도 사찰음식은 한국을 대표할 수 있는 충분한 가치가 있는 관광 상품이 될 수 있을 것으로 사료된다. 또한 사찰음식은 제철과 지역

에서 나는 재료를 이용하는 로컬푸드(Local food)의 매력이 있다. 패스트푸드(fast food)의 영향으로 음식의 단순화 및 획일화가 되는 현 시점에서 사찰음식은 지역과 제철의 색깔을 지니고 있다. 이것을 바탕으로 하여 지역에 따라 특화된 음식을 발굴 보존 발전, 친환경 유기농산물과의 연계 등 다양한 지역발전의 연구 전략이 필요하며, 나아가 불교의 식문화인 발우공양등의 관광 상품개발 및 사찰음식점을 통한 사찰음식 소비자의 저변 확대에 긍정적인 효과를 줄 수 있을 것이다. 사찰음식에 대한 지속적인 관심과 더불어 연구자들의 활발한 연구의 기폭제가 되기를 기대한다.

본 연구가 갖는 한계점과 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 선행연구의 미흡으로 각 변수 간의 이론적 설명 및 다른 변수에 대한 부족함을 지적할 수 있다. 차후 이론적 근거나 주요변인에 대한 후속연구를 진행하면서 수정 보완할 필요성이 있다.

둘째, 표본 설문지의 지역적 한계(서울, 경기지역)가 있다. 따라서 향후 연구에는 전국 단위의 충분한 표본을 추출하여 표본의 대표성을 확보하고 결과의 일반화가 될 수 있는 연구가 진행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구는 사찰음식을 경험한 고객을 대상으로 한 연구이므로 향후 연구에서는 사찰음식을 전혀 경험하지 않은 일반 소비자만을 표본으로 한 연구나 기타 전통한식 또는 약선 음식과의 비교, 외국의 종교음식 등을 통한 새로운 연구의 시사점을 도출할 수 있도록 연구 대상 및 분야에 다양한 변화가 필요하다고 하겠다.

또한 근본적이고 직접적으로 사찰음식의 성과에 미치는 영향 분석 및 사찰음식 전문가나 음식점 대표 집단들의 질적 면담을 통해 전반적이고 실증적인 마케팅 방안을 제시할 보다 진전된 후속 연구가 필요 할 것이다.

## 한글 초록

본 연구는 사찰음식의 효율적인 경영을 위한 자료를 제공함은 물론 새롭게 부각되고 있는 사찰음식을 외식산업분야에서 경쟁우위의 차별적 위치를 선점할 수 있는 시사점을 제시하고자 한다. 이에 사찰음식특성이 사찰음식만족도에 어떠한 영향관계가 성립하는지를 파악하고, 종교유형이 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계를 어떻게 조절하는가를 검증하고자 하였다.

본 연구의 표본은 서울과 경기지역의 사찰음식 전문점을 이용하는 소비자들로 선정되었으며, 설문조사는 사찰음식전문점 소비자들 중 20대 이상 남녀 응답자가 직접 기입하는 자기기입식 설문조사방법에 의하여 2012년 5월 1일부터 6월 30일까지 2개월간 실시하였다. 총 500부를 배포하고, 이 중 488부가 회수된 설문지 중에서 중심화 경향이 심하거나, 분석에 부적합한 설문지 12부를 제외하고 476부에 대하여 SPSS 18.0을 이용하여 요인 분석과 신뢰성 검증을 실시하고, 제시된 연구 가설을 검증하기 위해서 다중회귀분석과 조절적 회귀분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 사찰음식특성은 전체적으로 사찰음식만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 사찰음식특성의 하위요인인 상황적특성, 기능적특성 그리고 지속적특성 모두 사찰음식만족도에 긍정정인 정(+의 관계가 있었다.

둘째, 종교는 사찰음식특성과 사찰음식만족도간의 관계에서 조절역할을 하지 않는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 분석결과를 바탕으로 사찰음식에 유용한 시사점을 제시하였다.

## 참고문헌

강수민(2010). 외식소비자의 웰빙에 대한 인식과 실천정도가 실천정도가 웰빙 음식점 선택속성에 미치는 영향, 세종대학교 석사논문, 13.

- 김연식(2005). 눈으로 먹는 절음식. 우리 출판사, 4.
- 김희섭·유혜경·윤재영·이정희·최영희·최정희(2005). 세계요리문화산책. 대가, 9.
- 대한불교조계종사찰음식조사단(2009). 대전·충청지역 사찰음식 현황조사 결과보고서. 2.
- 박수정·노정미(1998). 문헌상에서 본 사찰음식의 특성 및 역사적 고찰. 학술논총 27: 30.
- 석천(1997). 불교에서의 음식문화. 불교춘추(163), 167.
- 선재(2007). 사찰음식의 과거와 현재, 그리고 미래의 전망. 법회와 설법(148), 99.
- 송미장·기현·서혜경(2005). 한국사찰음식에 이용된 식물들의 민족 약학적 분석. 한국정신과학회지 9(2): 18.
- 신병삼(2007). 초기불교의 아하라를 통한 수행 연구. 대각사상연구원, 508.
- 신용석(2009). 한식세계화를 위한 음식관광 추진 전략. SSNF, 1.
- 윤해관(1982). 초발심자경문. 불교출판 보연각, 42-45.
- 이심열(2009). 사찰음식의 단체급식활용. 대한지역사회영양학회 춘-추계학술대회지, 1: 16-30.
- 이심열(2009). 수행하는 마음 담긴 건강한식, 사찰음식. 농촌진흥청, 2(3): 24-25.
- 적문(2000). 사찰음식의 건강요소. 월간불교(533), 27.
- 정산·김연식(1976). 산사음식과 다의 향취. 신동아(5): 374-377.
- 철운(1970). 승가의 식생활 고찰. 해인사 승가대학, 수다라 (7): 299.
- 최봉수(1998). 마하박가 3. 시공사, 26-32.
- 한복진·서혜경·황혜성·한진아(1997). 한국음식대관, 한림출판사, 423.
- 홍승(2004). 사찰음식 제대로 알고 제대로 먹기. 불교와 문화, 56: 91.
- Anderson EW · Sullivan MW (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Sci* 12(2):125-143.

- Bloemer J · Ruyter K de (1998). On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty, European. *J Marketing* 32(6): 499-513.
- Cho EJ · Park SH(1994). Dietary pattern and special food = A study on eating habits of the Buddhist Priesthood in Seoul and Kyongnam, *Journal of the Korean Society of Dietary Culture*, 9(2): 111.
- Choi W · Ko JY · Park HJ (2007). A study on differences of functional food choice attributes by segmented groups of "wellbeing" interest and demographic characteristics. *Academy of Korea Hospitality Tourism* 24: 104-119.
- Dodds WB (1991). In search of value: How price and store name information influence buyer's product perception. *J Consumer Marketing* 18 (2): 15-24.
- Gamble PR · Tapp A · Mardella A · Stone M (2005). Marketing Revolution: The Radical New Approach to Transforming the Business, the Brand & the Bottom Line, Kogan, 112, London, VA.
- Goldsmith RE · d'Hauteville F · Flynn LR (1998). Theory and measurement of consumer innovativeness: A transnational evaluation. *European Journal of Marketing* 32(3/4).
- Hong GJ · Lee YS · Nam JS · An HK · Lee EJ (2007). A Study on the Preference Determinants of Buddhist Temple Food. *The Korean Society of Food and Nutrition*, 384-391.
- Iwasaki Y · Havitz ME (1998). A path analytic model of the relationships between involvement psychological commitment and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30, 256-280.
- Jung BO(2008). Study on the way of activation in religious tourism - emphasis on Buddhist temple. *Korea Tourism Research Association*, 6(1): 117-146.
- Kasper H (1988). On problem perception, dissatisfaction, and brand loyalty. *J Econo Psychology* 9(September):387-397.
- Kim JA · Lee SY(2006). Evaluation of Served Menu and Management of Foodservice in Korean Buddhist Temples. *Journal of th East Asian Society of Dietary Life*, 215-225.
- Lee GN · Choi HC (1998). A study on comparison of Yangsaeng-Doyin therapy and modern exercise therapy. *The Korean Academy Medical Gi Gong* 2(1): 57-90.
- Lockshin L · Jarvis W · d'Hautevill F · Perrouty JP (2006) Using simulations from discrete choice experiments to measure consumer sensitivity to brand, region, price, and awards in wine choice. *Food Quality and Preference*, 17: 166-178
- Nam HJ · Lee SD · Kim YS(2005). Medicinal Food in the Traditional Buddhist Temple Food. *Korea University Health Science*, 31(2): 17-27.
- Newman JW · Werbel A (1973). Multivariate analysis of brand loyalty for major household appliances. *J Marketing Res* 9(November): 404-409.
- Oh CH · Kim HS (2009). A study on service quality scale and customer satisfaction of Yaksun restaurant: Integrated approach of qualitative and quantitative methods. *Foodservice Management Soc Korea* 12(4):107-128.
- Oliver RL (1980). A conceptual model of service quality and service satisfaction, in *Advances in Service Marketing and Management*, Teresa A. Swartz, Davis E. Bowen, and Stephen W. Bowen, eds., JAI Press, 65-86, Greenwich, CT.
- Oum TH(2003). Orthodox influences on Romanian Food Customs. *Korea Society For Historical Folklife Studies*, 16: 96.
- Park HY · Lee SY, Lee YH(2002). A Study of

- Dietary Life and State of Health of Buddhist Nuns in the Seoul Area. *Journal of the East Asian Society of Dietary Life*, 343-351.
- Ryu SS(1996). Studies on Traditional Buddhist Temple Food. *The Korean Society of Food and Nutrition*, 9(4): 516-520.
- Shim SD(2002). A Study of Temple Tourism at the Seounam. *World Cultural Tourism Association* 4(2): 41-64.
- Shin DK · Jang BJ(2004). A Study of Commercialization of Traditional Temple Food for Tourism. *Tourism Research*, 471-482.
- Zeithaml VA · Berry LL · Parasuraman A (1996). The behavioral consequences service quality. *J Marketing* 60(April):31-46.
- 
- 2013년 04월 17일 접수  
 2013년 08월 20일 1차 논문수정  
 2013년 08월 27일 2차 논문수정  
 2013년 09월 05일 3차 논문수정  
 2013년 09월 15일 논문게재확정