The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 20, No. 1, pp. 120~132 (2014)

대학생의 향토음식에 대한 인식 및 중요도, 만족도에 관한 연구 - 경산시를 중심으로 -

정 우 석[1] · 황 수 정¶
경산1대학교 호텔외식조리과[1] · 대구한의대학교 한방식품조리영양학부¶

A Study on the Perception, Importance and Satisfaction with Local Traditional Food among University students - Focused on Kyungsan City -

Woo-Seok Jung[1] · Su-Jung Hwang¶
Dept. of Hotel Food Service & Culinary Art, Gyeongsan University[1],
Dept. of Herbl Food Cusine & Nutrition, Daegu Haany University¶

Abstract

This study was to investigate the undergraduates in Gyeongsan city, an area heavily populated with students, on their awareness of and their satisfaction with the local traditional food to suggest an effective marketing direction to town restaurants and to provide them with useful information to activate their business. The samples were taken by the convenience sampling method and the measurement was done by 5 points-Likert. The result was as follows. The students recognized that cleanliness(4.69 points), food texture(4,57 points), the freshness of food materials(4,56 points) and food price(4.20 points) were important. However, they considered the legitimacy of local traditional foods(3.59 points), the supplementary explanation of food(3.58 points) and the quantity of food(3.34 points) as less important. On the level of satisfaction with the food, they were highly satisfied with food taste(3.55 points), food flavor(3.47 points) and quantity(3.39 points), while showing relatively low satisfaction with food creativity(2.94 points), food originality(2.75 points) and the explanation of food(2.61 points). The result of IPA indicated that the food texture, food cleanliness, the freshness of food materials, food flavor, food taste and food nutrients were thought to be important among customers, to be kept well by the restaurants and to be shown as the items to be maintained further. The customers took other items like menu price and the creativity of menu to be important, but their satisfaction with these items were low due to lack of practice. Therefore, those items should be managed intensively.

Key words: importance and satisfaction, perception, local traditional food, university students, kyungsan city

Ⅰ. 서 론

향토음식은 지역의 계절적인 특산물을 이용하여 오랜 경험을 토대로 그 지역에 맞는 조리비법으로 만들어져 고유하게 전승되어 오면서 사람의 사고 및 의식구조와 생활양식에 따른 각종 문화

¶ : 황수정, 053-819-1560, e-mail: hsj75@dhu.ac.kr , 경북 경산시 한의대로 1(유곡동 290)

풍속을 바탕으로 발달하여 다른 지역과는 다른 독특한 맛이나 특성을 가진 것이 특징이다(Lee SH et al 2010).

1990년대 이후 패스트푸드 레스토랑, 패밀리 레스토랑 등의 등장과 함께 외식산업의 발전이 가속화 되었으나 이와는 반대로 지방의 향토음식들은 조금 소외 되었다고 해도 과언이 아니다. 하지만 지방자치가 실시되었고, 지역경제 활성화를 위해서 지역의 독특한 문화가 자원화 되어 전통을 이어온 각 지역마다 특색 있는 향토음식이 존재하고 있는데 현재는 이러한 향토음식이 외식산업의 발전과 맞물려 건강식으로서 재조명 되고 있다(Lee SH et al 2013).

향토음식은 1900년대 중반까지는 고유의 특색을 지니고 있었으나 급속한 산업의 발전과 교통의 발달로 타 지역과의 교류가 활발해지면서 한 지방의 산물이나 식품이 전국 곳곳으로 퍼지게 되었다(Baek JO 2009). 특히 2008년부터는 한식 세계화 선포식을 시작으로 한식의 세계화와 향토음식의 개발을 위해 노력하고 있다. 향토음식은 한 지방에서 독특하게 개발되어 온 음식으로서 그 지방이 겪어온 정치, 경제, 문화, 사회 변천의 영향을 받으면서 이루어진 것이므로 그 지방이 갖는 기후, 지세 등 자연배경에 순응하면서 다른 지방과 비할 수 없는 특징을 지닌다(Shin SM · Joung KH 2008). 최근 각 지방단체들은 재원 확보 및 지역 경제 활성화를 위하여 관광 상품 및 특산품 개발과 지방축제 등을 개최하기 위해 많은 노력을 하고 있다. 그 중 향토음식의 산업화는 지역 농산물의 이용 증대와 지역 문화와 음식이 결합된 관광 상품으로서의 발전가능성을 기대할 수 있어 지역 경제 활성화에 도움이 되며, 지역을 홍보할 수 있어 지역 이미지 쇄신을 위해 활용할 수 있다는 평가를 받고 있다. 또한, 소득의 증가와 지역 고용효과를 통한 타산업과의 연계가 될 수 있어서 지역의 관광활성화를 촉진 시킬 수 있다(Min KH, 2009). 향토음식을 하나의 산업으로 인식하여 지방화 시대에 지방의 전략 산업으로 집중 육성하고자 하는 노력이 이루어지고 있다(Kim KJ 2010; Park KT 2011). 그러나 기대만큼의 성과가 이루어지지 않아 매년 많은 수정안과 문제점을 해결하기 위해 고민하고 있다(Lee YJ · Kim SC 2008; Lee SH et al 2012).

경상북도는 동해에 좋은 어장을 가지고 있어 수산물이 풍부하여 낙동강 주위의 기름진 농토에서 농산물이 생산된다. 특히 경산시는 1980년대 이후 우리나라 대학의 양적 팽창과 함께 대학 인력의 공급원인 대도시에 인접해 있어 양호한 교통수단과 낮은 지가로 많은 대학이 확장을 위해 이전하거나 신설하여 왔다. 소재한 대학수와 대학생 수가 전국에서 밀집도가 가장 높은 지역으로 대학도시라는 명성을 지니고 있다(Kim TY 2001). 대학이 밀집되어 대학생들의 향토음식점 이용이 많은 지역이기도 하다. 이러한 경산시의 향토음식 산업화를 위해서 사업의 효율성과 타당성을 검증하는 작업이 선행되어야 한다(Choe JS et al 2012). 관련 연구들을 고찰해 보면, 한국의 전통음식을 20가지로 분류하여 13개 세부항목에 대해 개별 평가하였는데 전통음식에 대해 중요시 평가된 사항은 음식 고유의 맛, 새, 질감으로 나타났고(Han GJ et al 2007), 향토음식에 대한 품질 만족도에 관해 14개 항목으로서 조사한 연구(Lee HW 2010)에서 직접 서비스 품질 만족도, 간접 서비스 품질 만족도 중 직접 서비스 품질 만족도는 성별, 지역, 직업별로 만족도에 있어 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 전주비빔밥 전문 향토음식점을 방문한 고객을 대상으로 한 조사(Park KH et al 2011)에서는 우선순위로 고려하여야 할 속성으로 실내의 청결성, 예약의 편리성으로 조사되었다. 또한 향토음식을 포함한 서비스, 인테리어, 시설, 아이템의 차별화 등을 포함한 광범위한 연구(Lee JP et al 2007; Lee JJ · Chung YH 2008)들도 진행되었다. 그러나 향토음식에 대해 대학생들을 대상으로 진행된 연구는 인지도와 기호도를 조사하는 연구(Park KT · Baek JO 2008; Baek JO 2009)가 대부분이며 향후

에는 음식자체에 중점을 두고 진행되어 대학생뿐만 아니라 다양한 소비계층으로 연구가 진행되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 대학생의 밀집지역인 경산시를 중심으로 대학생들의 향토음식에 대한 인식과 중요도, 만족도를 파악해 봄으로써 향토음식점이 경쟁력을 갖추고 활성화 할 수 있는 방안을 모색해 봄으로써 효과적인 마케팅 전략을 수립하는데 기여하고자 한다.

Ⅱ. 연구내용 및 방법

1. 조사대상자 및 조사방법

본 연구의 표본은 비확률 표본추출방법인 편의표본추출법(convenience sampling)을 이용하여 지방이면서 대학이 많이 밀집되어 있는 지역인 경산의 4년제 D대학, 2년제 K, S대학교 재학생을 중심으로 자료를 수집하였다. 자료수집 방법은 자기기입식 설문조사를 사용하여 2013년 3월 15일부터 3월 29일까지 2주 동안 설문조사를 실시하였다.

본 조사를 측정하기 위한 문항은 선행 연구((Lee YJ et al 2005; Lee WS et al 2007; Kang HJ · Lee YJ 2008; Lee SH et al 2012)를 기초하여 설문문항을 작성하고 예비조사를 실시한 후, 수정보완하여 본 연구에 적용 가능하도록 작성하였다.

설문문항은 향토음식에 대한 메뉴품질에 대한 문항임을 고려하여 메뉴의 계절성, 메뉴의 가격, 메뉴의 대표성, 메뉴의 정통성, 메뉴의 독창성, 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 영양, 음식의 시각적 요소, 음식의 청결성, 식재료의 신선도, 음식의 크기, 요리의 색깔, 요리의 향기(냄새), 요리의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식의 유무, 재료와 조리법으로 18개 항목으로 구성하였고, 성별, 나이, 결혼여부, 거주지, 출신지역, 학력, 월 평균용돈 사용액으로 구성된 인구통계적 문항 7개 항목을 조사하였다. 다음으로 경산시에 메뉴 아이템으로 활용할 수 있는 특산물과 대표음식으로 개발되길 바라는 향토음식 메뉴에 대해 조사하였다.

2. 자료의 분석

자료의 통계처리는 SPSS 18.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 빈도분석, 기술통계분석(descriptive statistics), T-test, One-way ANOVA 등을 실시하였고, 집단 간 검증은 Duncan's multiple range test를 실시하였다. 또한, 경산지역 대학생의 향토음식점 이용에 대한 중요도와 만족도(실행도)에 대한 대응표본 T-test를 실시하여 IPA(Importance - Performance Analysis)와 EXCEL 프로그램을 이용하였다. IPA분석은 향토음식의 강점과 약점을 쉽게 분석할 수 있는 효과적인 방법으로 경산시 향토음식에 대한 기대(중요도)와 이용 후 느끼게 되는 만족도(실행도)의 수준을 격자로 가시적으로 보여줄 수 있다. 특정 제품의 속성이나 특성이 소비자에게 얼마나 중요한지를 판별함으로써 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의 특성에 대한 공급자 측의 활용도 설정이 중요도와 만족도 분석의 목적이라 할 수 있는데, 이러한 분석을 위해 이론적 측면보다는 관리적 측면에서 활용 가능한 결과를 얻기 위해 IPA를 활용한다. 그러므로 IPA가 추구하는 바와 같이 중요도가 높게 나타나면서도 실행도는 떨어지는 중점관리변수를 찾아내어 이러한 부문에 집중하는 것이 고객 만족에 있어 현실적으로 타당한 개선방법이다. 이 분석은 2차원 격자에 관리자가 어디에 자원과 프로그램을 집중해야 하는지를 명확히 해 준다. IPA격자는 4사분면으로 각 변수의 중요도와 실행도를 이용하여 점을 찍고 격자로 4개면으로 나타내어 보여주는 방법으로 제1사분면은 좋은성과 지속유지, 제2사분면은 노력집중화의 지향, 제3사분면은 낮은 우선순위, 제4분면은 과잉노력지양 대상이 된다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 표본의 일반적 특성

본 연구의 목적을 달성하기 위해 경산시를 중

심으로 대학생들의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <Table 1>과 같다.

조사대상자 214명 중 남학생은 71명(33.2%), 여학생은 143명(66.8%)이었으며 나이 분포로는 20세 이하 27명(12.6%), 20~21세가 112명(52.8%), 22~23세가 51명(23.8%), 24~25세가 14명(6.5%), 26~27세가 8명(3.7%), 28세 이상이 2명(0.9%)로 나타났다. 그리고 미혼이 210명(98.1%), 기혼은 4명(1.9%)으로 조사되었다. 그리고 주 거주지는 경산시가 111명(51.9%), 대구시가 72명(33.6%) 그 외 지역이 31명(14.5%)로 응답했으며, 출신지역은 경상북도가 182명(85%)으로 가장 많았으며 경기도 14명(6.5%), 서울이 9명(4.2%) 순으로 조사되었다.

교육정도에 대해 살펴보면 대학교 재학이 176명(82.2%)으로 가장 많았고 전문대학교 재학이 36명(16.9%)순으로 나타났고, 월 평균용돈을 묻는 질문에 20~29만원이 64명(29.9%)으로 가장 많았고 30~39만원(62명(29.0%), 10~19만원이 31명(14.5%) 순으로 조사되었다.

그리고 경산시 향토음식으로 개발되길 원하는 지역특산물 3가지를 묻는 일반적인 질문에 대추(144명), 포도(95명), 복숭아(80명), 자인암소한우(75명) 순으로 조사되어 경산지역 대학생들은 대추가 향토음식의 식재료로 활용되기를 가장 원했고, 포도, 복숭아, 자인암소한우 순으로 나타났다. 또한 경산시 향토음식으로 개발되길 원하는 메뉴 3가지를 묻는 질문에 찜류(133명), 디저트류(109

<Table 1> General characteristics of the respondents

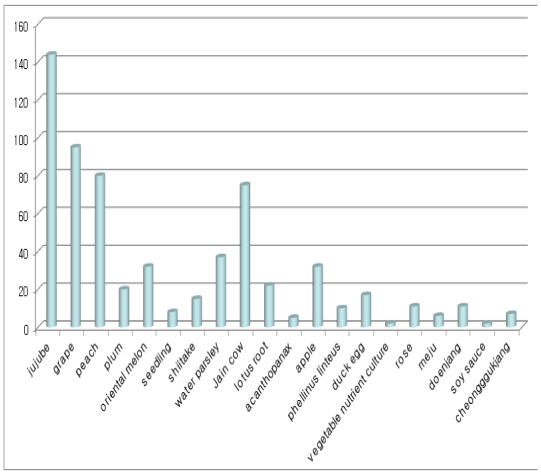
Variable	Group	n(%)
Gender	Male	71(33.2)
	Female	143(66.8)
Age	<20	27(12.6)
	20~21	112(52.3)
	22~23	51(23.8)
	24~25	14(6.5)
	26~27	8(3.7)
	≥28	2(0.9)
Marital status	Single	210(98.1)
	Married	4(1.9)
Residence	Gyeongsan-si	111(51.9)
	Daegu-si metropolitan city	72(33.6)
	Others	31(14.5)
Birth place	Gyeongsang-do	182(85.0)
	Jeolla-do	1(0.5)
	Chungcheong-do	4(1.9)
	Gangwon-do	4(1.9)
	Gyeonggi-do	14(6.5)
	Seoul city	9(4.2)
Education	College student	36(16.9)
	College graduate	1(0.5)
	University student	176(82.2)
	University graduate	1(0.5)
Average monthly Pocket money (10,000won)	<10	22(10.3)
	10~19	31(14.5)
	20~29	64(29.9)
	30~39	62(29.0)
	40~49	20(9.3)
	≥50	15(7.0)

명), 탕류(96명), 구이류(87명) 순이었는데 이는 자신이 좋아하는 향토음식의 종류라고 할 수 있으며 찜류가 가장 많았다.

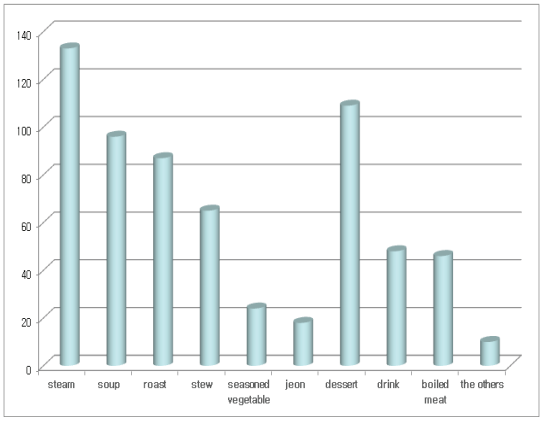
2. 대학생의 향토음식에 대한 중요도 조사

대학생의 향토음식에 대한 성별, 월 평균용돈별 중요도 차이를 분석한 결과는 <Table 2>와 같다. 향토음식에 대한 중요도를 대학생의 성별에 따라 분류하면 남학생은 음식의 청결성(4.69점, $p<0.05$), 식재료의 신선도(4.62점, $p<0.05$), 요리의 향기(4.18점, $p<0.05$), 음식의 맛(4.56점, $p<0.05$), 메뉴의 대표성(4.18점, $p<0.05$) 순으로 중요하게 생각하는 것으로 조사되었고, 여학생은 음식의 청결성(4.69점, $p<0.05$), 음식의 맛(4.57점, $p<0.05$), 식재료의 신선도(4.53점, $p<0.05$), 메뉴의 가격(4.25점, $p<0.05$), 음식의 영양(4.18점, $p<0.05$) 순이었다.

월 평균용돈을 기준으로 조사해 본 결과, 음식의 맛($p<0.05$)은 월 평균용돈이 10만원 미만과 50만원 이상인 학생에게서 중요도가 높게 조사되었다. 10만원 미만의 용돈을 사용하는 학생이 더 많은 용돈을 사용하는 학생보다 음식의 영양



<Fig. 1> Special items for Gyeongsan City



<Fig. 2> The menu Gyeongsan City hopes to develop as their native local food

<Table 2> The importance score on the menu of local traditional food

(Mean±SD)

Variable		Gender		*t*-value	Average monthly pocket money(10,000won)						*F*-value
		Male	Female		<10	10~19	20~29	30~39	40~49	≥50	
1.	Season	3.92±98	3.72±87	1.474	3.86±0.71	3.94±0.85	3.58±0.83	3.92±0.99	3.65±1.08	3.87±0.99	1.241
2.	Price	4.08±1.07	4.25±0.80	-1.277	4.05±1.04	4.13±0.84	4.25±0.89	4.34±0.84	4.00±0.91	4.00±1.06	0.838
3.	Representative	4.18±0.83	3.86±0.86	2.640*	4.36±0.72	3.77±0.88	3.97±0.90	3.90±0.88	4.00±0.72	4.00±0.84	1.326
4.	Legitimacy	3.77±0.94	3.50±0.95	1.970*	3.82±1.00	3.74±0.85	3.48±0.87	3.68±1.02	3.15±0.98	3.67±1.04	1.545
5.	Creativity	4.07±0.86	3.94±0.87	1.054	4.23±0.86	3.94±0.81	4.00±0.87	3.92±0.85	3.65±1.04	4.33±0.72	1.521
6.	Taste	4.56±0.71	4.57±0.68	1.980*	$4.77±0.52^{c}$	$4.35±0.79^{ab}$	$4.59±0.61^{bc}$	$4.63±0.73^{bc}$	$4.20±0.83^{a}$	$4.87±0.35^{c}$	2.888*
7.	Quantity	3.86±0.93	3.79±0.86	0.536	4.18±0.73	3.84±0.86	3.84±0.80	3.74±0.94	3.60±0.99	3.67±1.04	1.186
8.	Nourishment	3.97±0.94	4.18±0.79	1.920*	$4.73±0.63^{b}$	$3.94±0.89^{a}$	$4.02±0.86^{a}$	$4.19±0.78^{a}$	$3.95±0.88^{a}$	$3.87±0.83^{a}$	3.446*
9.	Image	4.00±0.79	3.92±0.80	0.724	4.05±0.95	3.71±0.82	3.98±0.78	3.95±0.73	3.95±0.88	4.07±0.70	0.707
10.	Cleanness	4.69±0.66	4.69±0.59	1.963*	4.91±0.42	4.65±0.66	4.58±0.66	4.73±0.60	4.55±0.76	4.93±0.26	1.731
11.	Freshness	4.62±0.66	4.53±0.69	1.992*	4.82±0.40	4.52±0.72	4.50±0.74	4.50±0.67	4.55±0.76	4.80±0.56	1.235
12.	Size	3.37±1.03	3.33±0.84	0.284	3.77±0.97	3.32±0.75	3.28±0.90	3.29±0.98	3.30±0.80	3.27±0.96	1.120
13.	Color	3.68±0.80	3.60±0.86	0.608	$4.05±0.90^{b}$	$3.58±0.72^{ab}$	$3.73±0.82^{ab}$	$3.37±0.87^{a}$	$3.65±0.75^{ab}$	$3.67±0.90^{ab}$	2.541*
14.	Scent	4.18±0.78	4.10±0.77	1..893*	4.41±0.73	4.13±0.81	4.14±0.64	4.00±0.87	4.20±0.83	4.13±0.83	0.950
15.	Texture	4.17±0.717	4.02±0.826	1.288	4.27±0.88	.03±0.71	4.09±0.77	3.98±0.84	3.95±0.89	4.27±0.59	0.731
16.	Explanation	3.69±0.95	3.52±0.98	1.172	3.64±0.90	3.55±1.09	3.55±1.01	3.61±0.89	3.65±0.88	3.47±1.25	0.109
17.	Health	3.99±0.99	3.80±0.85	1.443	4.36±0.66	3.58±0.89	3.88±0.86	3.89±0.94	3.75±0.79	3.67±1.18	2.235
18.	Material & Cookery	3.90±1.04	3.83±0.84	0.520	4.32±0.72	3.77±0.92	3.78±0.90	3.85±0.97	3.80±0.77	3.73±1.10	1.336

1) $^{*}p<0.05$, $^{**}p<0.01$.
2) a<b<c Shows the results of Duncan's Multiple range test.

(p<0.05), 음식의 색깔을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

본 연구 결과, 응답자의 대부분이 음식의 청결성(남 4.69점, 여 4.69점), 식재료의 신선도(남 4.62점, 여 4.53점), 음식의 맛(남 4.56점, 여 4.57점)이 가장 중요하다고 인식하는 것으로 나타나 대학생을 상대로 향토음식 조리하거나 만들 때 식재료의 신선도와 청결성, 맛이 매우 중요하다는 것을 재확인 할 수 있었다. 또한 월 평균용돈별로 분석하였을 때 음식의 맛(p<0.05), 음식의 영양(p<0.05), 요리의 색깔(p<0.05)에서 유의적인 차이가 있었으며 음식의 영양과 음식의 색은 용돈이 작은 학생이 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

이와 관련하여 Baek JO(2009)의 부산, 경남지역 대학생의 향토음식에 대한 의식 및 중요도에 관한 연구에서 향토음식의 대중화를 위해서 홍보 및 마케팅, 다양한 맛 개발, 제조기능 보유자의 개발 및 육성, 모범 향토음식점의 지정 및 관리 등의 순으로 나타나 적극적인 홍보 및 마케팅이 향토음식을 대중화 시키는 데 가장 중요하다고 강조하였고, Kim GC & Lee YJ(2009)의 호텔 연회 식공간 연출에 대한 중요도와 만족도에 관한 연구에서 음식의 맛, 식재료의 신선도가 가장 중요하다고 판단하여 식공간 연출에서도 음식의 맛과 식재료의 신선도를 간과하면 안 된다고 보고하였다. 또한, Choi SK et al(2006)의 울산향토음식의 대중화 및 관광상품화를 위한 중요도와 만족도 연구에서 향토음식 품질의 중요도가 위생, 기호, 신선도, 건강성, 영양, 서비스 순으로 나타나 향토음식의 품질을 다양한 각도에서 조명해 볼 필요가 있음을 강조하였다. 그리고 Oh JE & Han JY(2009)의 외래 관광객의 한국음식 선택속성에 대한 중요도에서 음식의 색, 음식의 영양, 음식의 조리법, 음식점의 크기, 영업시간으로 나타나 외국인도 한국음식에 대해 색, 영양, 조리법 순으로 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있었다.

2. 대학생의 향토음식에 대한 만족도 조사

대학생의 향토음식에 대한 성별, 월 평균용돈별 만족도 차이를 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. 성별에 따라서는 음식의 양(남 3.56점, 여 3.31점 $p<0.05$), 음식의 청결성(남 3.56점, 여 3.22점 $p<0.05$), 식재료의 신선도(남 3.56점, 여 3.17점 $p<0.01$), 요리의 색깔(남 3.41점, 여 3.17점 $p<0.05$), 요리의 향기(남 3.69점, 여 3.36점 $p<0.01$), 요리의 질감(남 3.52점, 여 3.17점 $p<0.05$), 재료와 조리법(남 3.28점, 여 2.94점 $p<0.05$)에서 남자가 여자보다 만족도가 높게 유의한 차이가 나타났고 그 외 항목에서는 남녀 간의 유의한 차이는 보이지 않았다.

월 평균용돈에 따라서는 월 평균용돈이 작을수록 음식의 크기($p<0.05$)가 크고, 요리에 대한 설명($p<0.05$)이 잘 기재되어 있을 때 만족도가 높게 나타났다.

한편, Choi SK et al(2006)의 향토음식 품질 만족도에 관한 연구에서 건강성, 영양, 기호(맛), 양념, 색깔에서 만족도가 높게 나타났다. 이는 향토음식이라도 건강에 도움이 되고 영양학적으로 우수한 음식에 대해 만족하게 됨을 보고하였고, Lee YJ et al(2005)의 방한 일본 관광객의 한국 전통음식 메뉴품질 만족도에 관한 연구에서 음식의 양, 음식의 모양, 음식의 청결성, 요리의 색상, 요리의 향 등에 만족도가 높게 나타났다. 따라서 대학생을 대상으로 한 향토음식에 대한 만족도 조사에서는 건강성과 영양적인 면 보다는 음식의 크기나 메뉴에 대한 설명 등이 잘 기재되어 있는 음식점이 만족도가 높다고 할 수 있겠다.

<Table 3> The satisfaction score on the menu of local traditional food

(Mean±SD)

Variable	Gender		*t*-value	Average monthly pocket money(10,000won)						*F*-value
	Male	Female		<10	10~19	20~29	30~39	40~49	≥50	
1. Season	3.07±1.10	3.10±0.75	-0.270	3.36±0.58	3.19±0.70	3.05±0.84	3.11±0.98	2.90±1.07	2.87±0.99	0.933
2. Price	3.11±1.04	3.01±0.83	0.086	3.09±1.02	3.16±0.74	2.84±0.98	3.10±0.92	3.05±0.76	3.40±0.74	1.263
3. Representative	3.04±1.14	2.92±0.87	0.847	3.27±0.99	3.23±0.76	2.80±0.93	3.00±1.02	2.85±1.09	2.67±0.98	1.663
4. Legitimacy	3.07±1.03	2.88±0.92	1.357	3.45±0.86	3.16±0.82	2.83±0.94	2.87±0.95	2.55±1.23	3.07±0.88	2.626
5. Creativity	2.96±1.01	2.70±0.91	1.886	3.05±0.84	2.81±0.91	2.69±0.94	2.90±0.94	2.70±1.13	2.40±0.97	1.192
6. Taste	3.65±1.03	3.50±0.99	1.038	3.59±1.10	3.77±0.72	3.58±0.96	3.56±1.07	3.35±1.18	3.07±1.03	1.186
7. Quantity	3.56±0.82	3.31±0.87	2.095*	3.45±0.91	3.45±0.85	3.41±0.85	3.40±0.88	3.20±1.06	3.33±0.62	0.265
8. Nourishment	3.38±0.88	3.07±0.86	2.460	3..23±0.92	3.29±0.74	3.06±0.91	3.21±0.85	3.15±1.14	3.20±0.78	0.351
9. Image	3.23±0.99	3.09±0.84	1.040	3.45±1.06	3.16±0.74	3.05±0.84	3.15±0.87	3.10±1.17	3.00±0.85	0.769
10. Cleanness	3.56±1.00	3.22±0.96	2.427*	3.64±1.00	3.35±0.95	3.22±0.85	3.45±1.07	3.20±1.15	3.13±0.92	1.201
11. Freshness	3.56±0.94	3.17±0.91	2.887**	3.55±1.01	3.23±0.88	3.14±0.81	3.50±0.95	3.20±1.15	3.13±0.92	1.444
12. Size	3.34±0.88	3.13±0.76	1.762	$3.68±0.89^{b}$	$3.26±0.86^{ab}$	$3.17±0.73^{a}$	$3.13±0.82^{a}$	$3.00±0.80^{a}$	$3.07±0.70^{a}$	2.097*
13. Color	3.41±0.86	3.17±0.77	2.003*	3.50±0.86	3.26±0.73	3.31±0.71	3.18±0.86	3.10±0.97	3.07±0.80	0.896
14. Scent	3.69±0.82	3.36±0.79	2.771**	3.50±0.91	3.58±0.72	3.45±0.69	3.45±0.69	3.45±0.92	3.50±1.00	0.218
15. Texture	3.52±0.91	3.17±0.87	2.659**	3.73±0.94	3.23±0.67	3.13±0.85	3.34±0.94	3.35±1.14	3.20±0.86	1.612
16. Explanation	2.79±1.26	2.52±0.93	1.566	3.09±1.31	2.58±0.96	2.39±0.97	2.76±1.10	2.65±0.88	2.27±1.03	2.095*
17. Health	3.24±1.14	2.83±0.94	2.602*	3.36±0.90	3.06±0.73	2.81±1.04	2.89±1.07	3.25±1.29	2.80±1.01	1.476
18. Material & Cookery	3.28±0.99	2.94±0.79	2.505*	3.32±0.89	2.87±0.85	2.98±0.85	3.16±0.83	3.05±1.10	2.93±0.88	0.995

1) *$p<0.05$, **$p<0.01$.

2) a<b<c Shows the results of Duncan's Multiple range test.

3. 대학생의 향토음식에 대한 중요도-만족도의 차이분석

1) 대학생의 향토음식에 대한 중요도-만족도의 대응표본 차이분석

대학생을 대상으로 향토음식에 대해 중요하다고 인지하는 속성과 이용 후의 만족도 간에 어떠한 유의적인 차이가 있는지를 밝히기 위해 대응표본 t-test를 실시한 결과 <Table 4>와 같다. 대학생의 향토음식에 대한 중요도와 만족도의 차이분석 결과, 요리의 크기($p<0.05$)와 나머지 모든 항목($p<0.001$)에서 중요도에 비해 만족도가 유의적으로 낮은 것으로 나타났다. 특히 중요도와 만족도 간의 대응차가 크게 나타난 항목은 음식의 청결성(1.36점), 식재료의 신선도(1.26점), 메뉴의 독창성(1.23점), 메뉴의 가격(1.15점), 음식의 맛(1.02점) 등이었고, 전체 18개 평가항목에 대한 중요도 점수는 5점 만점에 평균 3.98점으로 높은 반면에 향토음식 이용 후 만족도에 대한 평가는 3.14점으로 상대적으로 낮게 나타났다.

한편 Kim GC & Lee YJ(2009)의 호텔 연회 식공간 연출의 중요도와 만족도, Choi SK et al(2006)의 울산향토음식의 대중화 및 관광상품화를 위한 중요도와 만족도, Oh JE & Han JY(2009)의 외래관광객의 한국음식 선택속성에 대한 중요도와 만족도에서도 본 연구와 비슷한 결과를 보였다. 따라서 대학생을 대상으로 한 향토음식에 대한 만족도를 높이기 위해서는 음식품질 뿐만 아니라 다양한 각도에서 보다 더 심화된 연구와 개선 노력이 요구된다고 할 수 있겠다.

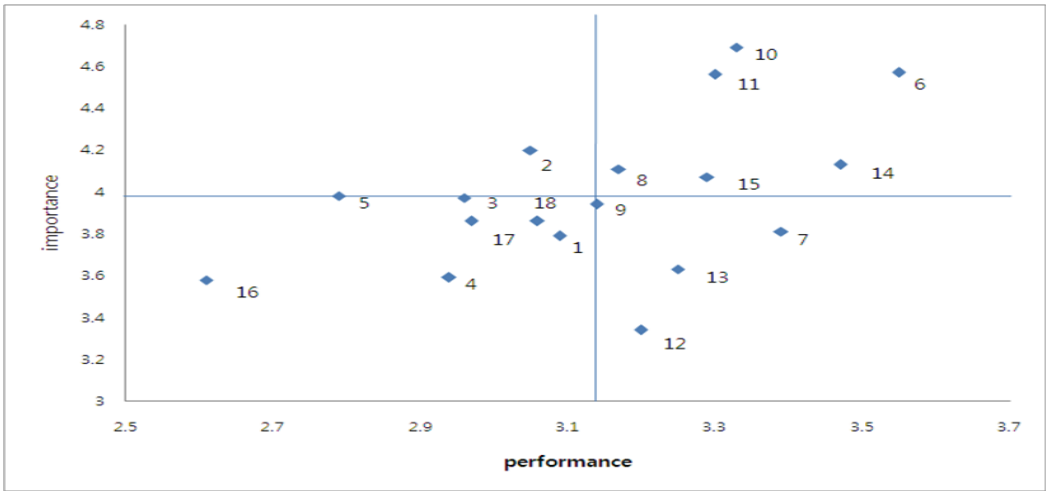
4. 대학생의 향토음식에 대한 IPA분석

경산지역 대학생을 대상으로 한 향토음식에 대한 중요도와 실행도의 평균값을 이용하여 IPA분석을 실시한 결과는 <Fig. 3>과 같다. 이때, 중요도 평가점수를 Y축으로 하고 만족도 평가점수를

<Table 4> The importance and performance on the menu of local traditional food

	Variable	Importance		Performance (Satisfaction)		Difference (I - P)	*t*-value
		Mean	Ranking	Mean	Ranking		
1	Season	3.97±0.91	9	3.09±0.88	11	0.88	9.578***
2	Price	4.20±0.90	4	3.05±0.90	13	1.15	14.284***
3	Representative	3.97±0.86	9	2.96±0.97	15	1.01	11.616***
4	Legitimacy	3.59±0.96	16	2.94±0.96	16	0.65	7.626***
5	Creativity	3.98±0.87	8	2.75±0.95	17	1.23	14.107***
6	Taste	4.57±0.69	2	3.55±1.01	1	1.02	14.685***
7	Quantity	3.81±0.88	14	3.39±0.86	3	0.42	5.971***
8	Nourishment	4.11±0.85	6	3.17±0.88	9	0.94	12.384***
9	Image	3.94±0.80	11	3.14±0.89	10	0.80	10.680***
10	Cleanness	4.69±0.62	1	3.33±0.98	4	1.36	17.640***
11	Freshness	4.56±0.68	3	3.30±0.93	5	1.26	16.745***
12	Size	3.34±0.91	18	3.20±0.81	8	0.14	1.941**
13	Color	3.63±0.85	15	3.25±0.81	7	0.38	5.681***
14	Scent	4.13±0.78	5	3.47±0.82	2	0.66	9.944***
15	Texture	4.07±0.79	7	3.29±0.90	6	0.78	11.018***
16	Explanation	3.58±0.97	17	2.61±1.05	18	0.97	9.904***
17	Health	3.86±0.90	12	2.97±1.05	14	0.89	10.992***
18	Material &Cookery	3.86±0.90	12	3.06±1.03	12	0.80	9.684***
	Total mean	3.98±0.92		3.14±0.87			

*$p<0.05$, **$p<0.01$, ***$p<0.001$.



1. Season, 2. Price, 3. Representative, 4. Legitimacy, 5. Creativity, 6. Taste, 7. Quantity, 8. Nourishment, 9. Image, 10. Cleanness, 11. Freshness, 12. Size, 13. Color, 14. Scent, 15. Texture, 16. Explanation, 17. Health, 18. Material & Cookery

<Fig. 3> Result of importance-performance analysis of the menu of local traditional food

X축으로 하여 중요도 3.98점, 만족도 3.14점을 기준으로 하여 4개의 분면으로 분할하여 분석을 실시하였다.

첫째, 대학생의 향토음식에 대한 중요도가 전체 평균보다 높고, 실행도 또한 평균보다 높게 나타나 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜야 할 제1사분면에 해당하는 항목으로는 <Fig. 3>에서 보는 바와 같이 '음식의 맛', '음식의 청결성', '식재료의 신선도', '요리의 향기(냄새)', '요리의 질감', '음식의 영양'이었다. 따라서 향토음식점 운영자들은 대학생을 대상으로 한 향토음식을 판매할 때 이 점을 감안하여 현재에 잘 지켜지고 있는 이들 항목들을 앞으로도 지속적으로 유지시켜야 고객의 만족과 충성도가 유지될 것으로 여겨진다.

둘째, 대학생들의 향토음식에 대해 중요하다고 느끼는 반면에 만족도(실행도)는 기대에 미치지 못하기 때문에 우선적으로 집중 관리 및 운영하여 시급히 개선해야 하는 제2사분면에 해당하는 항목은 <Fig. 3>에서 보는 바와 같이 '메뉴의 가격', '메뉴의 독창성'으로 나타났다. 따라서 메뉴의 가격을 적정하게 책정하고 독창성의 중요성을 인식하고 우선적인 집중관리 및 운영을 해야 할 것으로 여겨지며, 체계적이고 계획적으로 시급히 개선해 나갈 구체적이고 실질적인 세부 마케팅 전략을 세워야 할 것으로 여겨진다.

셋째, 대학생들의 향토음식에 대한 중요도가 낮다고 여기면서 실제 만족도(실행도)도 낮다고 답해 더 이상 이들 속성을 개선하기 위한 투자비용을 더 이상 노력하지 않는 것이 좋을 것으로 여겨지는 제3사분면에 해당하는 항목은 <Fig. 3>에서 보는 바와 같이 '요리에 대한 설명', '메뉴의 정통성', '건강식의 유무', '메뉴의 대표성', '재료와 조리법', '메뉴의 계절성'이다. 따라서 이들 항목을 개선하기 위한 투자비용은 현재보다 더 이상 노력 집중하지 않는 것이 바람직 할 것으로 여겨진다. 오히려 재미와 독창성이 있는 메뉴에 더 노력을 기울이는 것이 더욱 효율적인 운영방법이라고 할 수 있겠다.

넷째, 대학생들의 향토음식에 대해 그다지 중요하지 않다고 느끼는 반면에 만족도(실행도)는 그 기대에 넘치는 결과를 낳고 있기 때문에 더 이상 지나친 투자는 하지 않는 것이 바람직할 것으로 여겨지는 제4분면에 해당하는 항목은 <Fig. 3>

에서 보는 바와 같이 ‘음식의 양’, ‘요리의 색깔’, ‘음식의 크기’, ‘음식의 시각적 요소’로 나타났다. 이는 대학생들이 향토음식점을 이용하고 음식의 양과 시각적인 요소가 만족감을 줄 때 만족감을 느낀다는 의미로 식재료 가격이 비슷하다면 고려하여 할 사항이라 사료된다.

Ⅳ. 결론 및 제언

본 연구는 대학의 밀집지역인 경산시 향토음식점을 이용한 대학생을 대상으로 향토음식점의 중요도와 이용 후 만족도(실행도)를 조사하여 향토음식점의 활성화 방안에 도움이 되고자한 것으로 그 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 대학생의 향토음식 중요도는 5점 만점에 평균 3.98점이었고, 남녀 모두 음식의 청결성, 음식의 맛, 식재료의 신선도 등이 중요하다고 인식한 반면 음식의 크기, 요리에 대한 설명, 메뉴의 정통성 등은 비교적 중요도가 낮게 조사되었다. 월 평균용돈에 따라서는 음식의 영양, 음식의 맛, 요리의 색깔은 용돈이 낮은 학생에게 중요도가 높았다.

둘째, 대학생의 향토음식 만족도(실행도)는 5점 만점에 평균 3.14점이었고, 월 평균용돈에 따라서는 음식의 크기, 요리에 대한 설명에 대해 유의한 차이가 나타났는데 이는 용돈이 작은 학생들이 상대적으로 만족도가 큰 것으로 나타났다.

셋째, 대학생의 향토음식 중요도와 만족도를 조사한 결과, 만족도(실행수준 3.14점)가 중요도 (기대수준 3.98점)에 미치지 못하는 것으로 나타났으며($p<0.01$, $p<0.001$), 특히 음식의 청결성, 식재료의 신선도, 메뉴의 독창성, 메뉴의 가격 등은 중요도와 만족도가 크게 나타나 노력이 요구 되었다.

넷째, 대학생의 향토음식 중요도와 만족도의 평균값을 이용하여 IPA분석을 실시한 결과, 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜야 할 제1사분면에 해당하는 항목으로는 ‘음식의 맛’, ‘음식의 청결성’, ‘식재료의 신선도’, ‘요리의 향기(냄새)’, ‘요리의 질감’, ‘음식의 영양’이었고, 기대에 미치지 못하기 때문에 우선적으로 집중 관리 및 운영하여 시급히 개선해야 하는 제2사분면에 해당하는 항목은 ‘메뉴의 가격’, ‘메뉴의 독창성’으로 나타났다. 그리고 더 이상 이들 속성을 개선하기 위한 투자비용을 더 이상 노력하지 않는 것이 좋을 것으로 여겨지는 제3사분면에 해당하는 항목은 ‘요리에 대한 설명’, ‘메뉴의 정통성’, ‘건강식의 유무’, ‘메뉴의 대표성’, ‘재료와 조리법’, ‘메뉴의 계절성’이고, 기대에 넘치는 결과를 낳고 있기 때문에 더 이상 지나친 투자는 하지 않는 것이 바람직할 것으로 여겨지는 제4분면에 해당하는 항목은 ‘음식의 양’, ‘요리의 색깔’, ‘음식의 크기’, ‘음식의 시각적 요소’로 나타났다.

이러한 결과를 토대로 선행 연구와 비교하면 Choi SK et al(2006), Oh JE & Han JY(2009)의 연구결과와 비슷한 결과 보였으나 대학생들이 중요하게 생각하지만 만족하지 못하는 항목에서는 메뉴의 가격과 독창성으로 향토음식에 있어서는 가격이 저렴하고 독창적인 메뉴를 중요하게 생각하지만 만족하지 못하고 있다는 것을 알 수 있다.

본 연구 결과, 대학생은 향토음식에 대해 전반적인 항목에서 만족도가 기대수준에 미치지 못하는 것으로 이들의 만족을 높일 수 있는 다각적인 방향에서 개선방안이 요구된다. 특히, 메뉴의 가격과 독창적인 메뉴를 선보이기 위해서는 구체적이고 실질적인 개선 방안을 세워야 할 것으로 여겨진다. 또한, 음식의 맛, 음식의 청결성, 식재료의 신선도, 요리의 향기(냄새), 요리의 질감, 요리의 영양에 대해서는 현재의 노력을 꾸준히 잘 지켜나가는 것이 필요하다고 여겨지며, 향후 대학생을 포함한 주 고객들의 성별, 연령, 수입, 관심분야 등을 고려하여 구체적이고 세분화된 마케팅 전략도 세워 나간다면 향토음식점은 지금보다 더 활성화 될 것으로 사료된다.

끝으로 본연구가 가지는 한계점은 대학생들의 밀집지역인 경산지역만을 연구대상으로 조사하여 전국의 향토음식점을 포괄하기에는 한계가 있

으며, 지역 대학생을 대상으로 조사하여 나이, 출신지역, 결혼여부 등에 대해서 구체적으로 분석하지 못하였다. 향후 향토음식점을 대상으로 고객들에 대해 연구할 때에는 다양한 집단군을 폭넓게 선정하여 다룰 필요가 있다고 여겨진다. 이를 통해 전체 향토음식점의 활성화를 위해 세부적이고 객관적인 자료의 제시가 요구되며 구체적의 논의가 진행되기를 기대한다.

한글 초록

본 연구의 목적은 대학생의 밀집지역인 경산시 대학생을 대상으로 향토음식에 대한 중요도와 만족도를 파악하여 향토음식점의 효율적인 마케팅 방향을 제시하고 향토음식점의 활성화에 유용한 정보를 제공하고자 하는데 있다. 표본은 편의표본추출법(convenience sampling)을 이용하여 측정은 5점 Likert에 의해 실시되었으며, 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 대학생들은 향토음식점에 대해 음식의 청결성(4.69점), 음식의 맛(4.57점), 식재료의 신선도(4.56점), 메뉴의 가격(4.20점) 등이 중요하다고 인식한 반면에 음식의 양(3.34점), 요리에 대한 설명(3.58점), 메뉴의 정통성(3.59점) 등에 대해서는 낮은 중요도를 나타내었다. 대학생들의 향토음식에 대한 만족도(실행도)는 음식의 맛(3.55점), 요리의 향기(3.47점), 음식의 양(3.39점) 등에 대해 높은 만족도를 나타낸 반면에 요리에 대한 설명(2.61점), 메뉴의 독창성(2.75점), 메뉴의 정통성(2.94점) 등은 상대적으로 낮은 만족도를 나타내었다. IPA 결과, '음식의 맛', '음식의 청결성', '식재료의 신선도', '요리의 향기', '요리의 질감', '음식의 영양'은 고객들이 매우 중요하게 여기면서 향토음식점에서도 잘 지켜지고 있어 계속 유지해 주어야 하는 항목으로 나타났고 '메뉴의 가격', '메뉴의 독창성'은 고객들이 중요하게 여기지만 향토음식점에서 실행도가 낮아 만족도가 떨어지는 것으로 집중적으로 관리해야 할 항목으로 나타났다.

참고문헌

Baek JO(2009). A study on the university students attitude and importance of native local foods in Busan and Gyeongnam areas. *The Korean Journal of Culinary Research 15(1)*: 137-148.

Kim GC, Lee TJ(2009). A study on the importance and performance of the display of dining space for Hotel banquets. *The Korean Journal of Culinary Research 15(2)*: 173-187.

Kim KJ(2010). The development device of the local food industry: Focusing on local food CEOs in Daejeon ·Chungnam province. *The Korean Journal of Culinary Research 16(1)*: 78-91.

Kim TY(2001). Planning issues and sustainable urban spatial structure in a university town: A case of Kyungsan. 28(0): 1-24.

Baek JO(2009). A study on the university students' attitude and importance of native local foods in Busan and Gyeongnam areas. *The Korean Juurnal of Culinary Research 15(1)*: 137-148.

Choe JS, Park HS, Park SP, Lee JY, Kang MS(2012). Development of evaluation indicators for industrialization of local cuisine. *Korean J Food Culture 27(3)*: 233-239.

Choi SK, Ha MO, Lee Yj, BYun GI(2006). A comparison of the importance and satisfaction for the popularization and merchandising of local foods in the Ulsan area. *Korean J Food Cookery Sci. 22(3)*: 346-354.

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.

Jeong WS, Lee YJ, Bong JH(2006). A study on the satisfaction and preference on the menu of

Japanese restaurant customers. *Korean J Food Culture 21(3)*: 303-310.

Kang HJ, Lee YJ(2008). A study on the importance, satisfaction, perception and intake frequency of fusion menu. *The Korean Journal of Culinary Research 14(4)*: 134-149.

Lee DW, Lee HR, Lee WO(2012). The Analysis of the segmentation by selection attribute and use motivation of local traditional food consumer. *Journal of Foodservice Management Society of Korea 15(1)*: 49-71.

Lee HW(2010). A study on satisfaction degree for menu quality of the regional cuisine in Ganrwon province. *The Korean Journal of Culinary Research 16(5)*: 1-13

Lee JJ, Chung YH(2008). A study on the measurement indicators and the practical models of the franchise system in the food service industry. *Korea Hotel Resort Association 7(1)*: 133-153.

Lee JP, Lee HS, Shin MJ(2007). Effect of menu quality offered by 5-star hotel buffet restaurant on customer's Revisit. *The Tourism Sciences Society of Korea 26(0)*: 79-93.

Lee SH, Kim SH, Jung LH, Jung JW, Jeon KC, Kim HK(2010). Studies on commercialization of Korean native foods: Focused on Boseong area. *The Korean Journal of Culinary Research 16(4)*: 43~52.

Lee SH, Kim YK, Kim DS(2013). A study on development of native local food new products: Focused on the functional healthy soondae by using Pumpkin. *Tourism Research 38(1)*: 189-211.

Lee SH, Kim SH, Kim YK(2012). A study in the effects on the quality attibutes of Korean restaurants menu on revisit intention: Centering on Korean students who are studing in Paris, France. *The Korean Journal of Culinary Research 18(2)*: 34-50.

Lee WS, Jung SG, Yoo JH, Kim KT(2007). Determination of weight on the intergrated indicators for assessing urban sustainability. *J Korea Planners Association 42(2)*: 50-61.

Lee YJ, Kim SC(2008). A study of consciousness of local food menus excavation and development in Gyeongju areas. *Korean J Food Cookery Sci 24(4)*: 549-559.

Lee YJ, Jeong WS, Kim HR, Choi SK(2005). A study on the importance and satisfaction for the menu quality of japanese restaurant. *Korean J Food Culture 20(5)*: 621-626.

Min KH(2009). A study on the types of local restaurant management and the Activation of food tourism. *The Korean Journal of Culinary Research 15(1)*: 47-58.

Oh JE, Han JY(2009). The influence of gap between importance and performance of factors affecting Korean food selection upon overall satisfaction of foreign tourists. *Korea Tourism Research Association 23(3)*: 153-166.

Park KH, Lee BS, Kim DS(2011). The effect of the selection attribute of local Jeonju-Bibimbop Restaurants on customer satisfaction and behavioral intention: Focused on Jeonju area. *The korean Journal of Culinary Research 17(3)*: 47-64.

Park KT(2011). A study on the perception and awareness of native local foods: Centering around Gimhae, Gyeongnam province. *The Korean Journal of Culinary Research 17(2)*: 98-110.

Shin SM, Joung KH(2008). A study on the Korean local foods for the construction of a traditional Korean food data integration

system. *Korea J Food & Nutrition 21(2)*: 227-242.

2013년 08월 19일 접수
2013년 11월 30일 1차 논문수정
2013년 12월 15일 2차 논문수정
2014년 01월 15일 3차 논문수정
2014년 01월 30일 논문게재확정