

경주지역 주민들의 약선요리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 미치는 영향

황영정[¶] · 이영주

한국국제대학교 외식조리학과[¶] · 창신대학교 외식조리학과

Effects of the Selecting Attributes of Medicinal Food on Recognition & Customer Satisfaction in Gyeongju Area

Young-Jeong Hwang[¶] · Young-Joo Lee

Dept. of Food Service & Culinary Arts, International University of Korea[¶]
Dept. of Food Service & Culinary Arts, Changshin University

Abstract

This study aims to analyze the effects of the selecting attributes of medicinal food on recognition & customer satisfaction in Gyeongju Area. For this study, the data was analyzed using SPSS WIN 20.0 for an empirical analysis. Moreover, the survey questions were sent out to 300 people and 256 questionnaires among them were returned for using the sample data. The results are as follows. First, the selecting attributes had a significant impact on the cognition of professionalism while they didn't on the cognition of health food. Second, the cognition of health food and the cognition of professionalism had a significant impact on satisfaction. Third, the service attribute had a significant impact on satisfaction while the nutrition attribute and the professionalism attribute didn't. Based on the results of this study, medicinal restaurants should provide professionalism, service, nutrition in order to enhance customer satisfaction and their competitive power in the restaurant market.

Key words: medicinal food, service attribute, nutrition attribute, professionalism attribute,
cognition of health food, cognition of professionalism, satisfaction

I. 서 론

최근 글로벌 추세로 음식문화와 함께 외국의 농축산물과 식품이 대량 수입되었고 국내의 조류 독감과 광우병으로 인하여 식품의 안정성 문제와 소비자들의 먹거리에 대한 불안감도 점점 증가하고 있다. 이에 사람들은 가장 근본적인 문제를 해결하기 위해 매일 일상적으로 섭취하고 있는 음식에 대하여 관심을 갖기 시작하였다(Lee SM

2013). 또한, 외식소비자들은 상품 선택에 있어 환경과 건강을 우선적으로 고려하여 구매하는 경향을 보이며, 다소 비싼 가격의 제품이라도 친환경적이고 유기농법으로 재배한 식품들을 선택하는 추세이다(Choi SW et al 2012). 이처럼 먹거리에 대한 현대인의 관심은 최근 힐링 트렌드와 더불어 먹어서 육체적, 정신적으로 치유될 수 있는 음식을 찾고 이것을 삶에 있어 행복과 즐거움의 요소로 받아들이고 있다. Kim JM(2007)는 건강

¶ : 황영정, 010-3876-2839, hyjnara@kebi.com, 경남 진주시 문산읍 동부로 965, 외식조리학과

에 대한 인식이 높아짐에 따라 식생활과 건강의 상관관계를 인식하여, 건강에 좋은 음식을 선호하게 되며, 보양식이나 생식 등 건강을 위한 식단으로 식사의 패턴을 바꾸어 가고 있다고 하였고, Liu JN(2006)는 그러한 흐름에 따라 건강과 관련한 메뉴들이 전래 없이 폭발적인 관심의 초점이 되고 있다고 하였다. 이에 Kapsak 등(2011)도 기능성 음식은 식품시장에서 ‘약의 기능을 갖고 있는 식품(food as medicine)’이라는 측면에서 일생 동안 섭취하는 식품의 이점에 대하여 언급하고 있다. 또한, Medicine food news(1997)에서는 기능성음식은 특정 질병을 완화시키고 위험을 감소시켜주는 음식이며, 기본적으로 영양적인 기능 외에도 만성적인 질병의 위험을 줄여주고, 심리적으로 안정감을 주는 것으로 입증된 음식이라 정의하였다. 이와 같은 관점에서 약선요리는 독특한 성질, 색깔, 향기, 맛, 모양 등을 지니고 건강 증진에 효과가 있는 음식으로 외식소비자들의 맛 있는 음식에 대한 미식욕구를 충족시키는 동시에 생리기능을 돕고 신체기능을 증진하여 질병발생을 예방하고, 질병치료의 보조 및 신체기능을 촉진하는 등의 작용을 발휘한다(정구점·차은정 2005).

약선요리는 음식으로 질병의 예방하거나 치료하고 항노화 작용을 하는 건강음식 또는 기능성 음식으로 알려져 있으며 이는 예로부터 내려오는 약식동원(藥食同原)에 그 근본을 두고 있다. 약식동원(藥食同原)이란 식생활의 중요성을 강조한 말로써 약과 식품의 근원을 동일하게 보는 것으로 이는 동양의 전통적 사고에서 출발하였다. 실제로 도라지, 쑥, 울무, 생강, 대추, 무씨, 보리싹, 콩나물이 한약재로 사용되고 있다(김수범 2004). 우리 선조들은 병이 있는 곳에 약이 있다는 사고에서 인간이 살고 있는 그 공간을 인간과 자연을 분리하지 않고 사람이 살고 있는 생태 속에서 잘 적응하고 조화롭게 살지 않으면 그 부조화의 결과로 병이 생긴다고 여겼으며, 그 발병의 원인을 생태적 인자로 보고 깨끗한 물, 적당한 온도, 맑은

공기, 좋은 토양과 더불어 몸에 맞는 적당한 음식 등을 중요한 요인으로 생각하였다(곽준수 2010). 또한, 국내에서도 최근 질병의 예방과 건강보전, 항노화를 위하여 한의학에 기초를 두고 식재와 약재의 적절한 배합과 조리방법을 통한 약선요리 전문점들이 점차 증가하고 있는 추세이다.

Sim KH(2011)은 사회적·환경적 변화에 따라 약선음식에 대한 관심이 점차 증가하고 있으며, 약선음식을 더욱 발전시키기 위해서는 요리 외에도 교육, 역사, 서비스 분야와 같은 다양한 측면에서 연구가 필요하다고 하였고, Lee SM (2013)도 약선음식이 몇 년 전부터 서울 강남지역을 통해 외식업계의 틈새(niche)시장으로서 그 가능성을 높이 평가받고 있으나, 소비자 개개인의 건강과 다양한 욕구에 적합한 새로운 음식개념, 새로운 메뉴개발이 필요하다고 하였다. 따라서 힐링의 시대적 흐름과 100세 시대의 도래로 식생활의 변화와 더불어 보다 안전하고 건강한 메뉴에 대한 욕구를 충족시키기 위하여 다양한 약선요리 메뉴의 개발이 필요하며 이에 전문적인 지식을 가지고 있으며 현장 경험이 풍부한 연구자들도 필요한 시점이다.

이에 본 연구는 약선요리의 활성화 방안으로 경주지역 주민들의 약선요리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 하였다. 또한, 이를 통해 최근 관광지로 다시 재조명 받고 있는 경주가 종가음식의 발달지로 시작하여 약선요리의 중심지로 정착하기 위한 토대를 마련하고자 하며 더불어 약선요리에 관심을 가지고 있는 많은 연구자와 경영주에게 도움이 되고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 약선요리의 개념

‘약선(藥膳)’이란 한약의 ‘약(藥)’자와 반찬, 식사의 ‘선(膳)’자로 구성된 단어로 한의학 이론에 따라 음식을 요리하여 질병을 예방하고, 신체를

건강하게 하여 노환을 연완시키는 목적을 지닌 것을 말한다(Han EL 2005). 이에 Kim GA(2008)는 한의학에서 식품과 식용한약재를 이용하여 질병을 치료하여 건강을 증진시키는 방법을 약선이라 하고 단순히 식품만을 이용하여 질병을 예방, 치료하고 건강을 증진시키는 방법을 식료(食療) 또는 식치(食治)라고 보고한 바 있다. 신미경과 조정순(2004)은 평상시 상식하는 식품이 약물 못지않게 건강에 필수적인 요소라고 하였으며, Ahn MS(2002) 또한 약을 쓰기 전에 먼저 음식으로 치료하라고 말한 것으로 보아 식재의 중요성을 말하기도 하였다. 박성혜와 박성진(2007)는 식료는 약선이 아니지만 약선은 식료의 효능을 구비하고 있다고 할 수 있고 약선에 사용되는 재료는 약물과 식물을 모두 포함하고 약선은 식(食)의 특성을 가지는 동시에 약(藥)의 특징도 가진다고 하였다. 따라서 약선이란 한의학에 기초를 두고 약물과 식물의 과학적인 배합과 조리방법을 통해 질병을 치료하거나 예방하고 체력증진에 도움을 주며 노화를 방지하는 식사요법이라 할 수 있다.

2. 약선요리의 분류

최만순(2007)은 약선요리를 연구내용에 의한 분류, 식품재료에 의한 분류, 약선치료 방법에 의한 분류 등으로 나눌 수 있으며 약선요리를 약선 주요리, 약선 밀가루식품, 약선 음료, 약선 통조림, 약선 보양탕, 약선 떡, 약선 엑기스, 약선 설탕에 쟈 과일, 기타류 등으로 분류하기도 하였다. 약선에 사용되는 식품의 성질은 열성, 온성, 평성, 양성, 한성으로 구분할 수 있으며 이를 사성(四性)이라 하고, 5가지 맛인 쓴맛, 단맛, 매운맛, 짠맛, 신맛 등을 오미(五味)라 하는데 사성과 더불어 오미는 음식을 조리하고 배합할 때 우선적으로 고려해야 할 주요한 요인이라 보고한 바 있다(곽준수 2010). 따라서 약선을 하기 위해서는 체질과 음식과의 이해가 먼저 이루어져야 하며 식재와 약재에 대한 전문지식과 과학적인 조리방법에 대한 이해가 선행되어야 할 것이다.

약선요리에 관한 선행연구로 Lee SM (2013)는 약선음식의 인지도와 선택속성이 만족도와 추천의향에 미치는 영향에서 약선음식을 어떻게 인지하고 있는지와 선택속성이 만족도와 추천의향에 어떻게 영향을 미치고 있는지를 파악하고자 하였다. Choi SW 등(2012)은 약선요리 품질이 지각된 가치와 재구매 의도 및 추천의도에 미치는 영향에서 약선요리의 품질과 약선요리에 대한 소비자들의 지각된 가치, 재구매 의도, 추천 의도의 영향 관계를 파악하고자 하였다. Lee SM·Hwang DU(2006)은 외식산업에서 약선음식의 인지도에서 약초 및 식품의 효능, 약선음식에 대한 인지도를 파악하고자 하였다.

3. 약선요리의 선택속성과 인지도

소비자들은 자신의 욕구를 충족시키기 위해 제품을 구매하고 제품을 결정하고 나면 소비자들은 구체적인 의사결정과정을 거치게 된다(Park YS 2005). 선택에 대한 의사 결정은 고객의 욕구와 필요에서 출발하여 선택까지의 총체적인 순환 과정을 의미하며, 고객의 일정한 예산으로 식당의 이용여부, 식당의 종류, 이용시기, 메뉴 등을 의사 결정하게 되어 주문, 소비 및 평가를 하게 된다(Lee GO·Choi HJ 2007). 따라서 선택속성이란 소비자가 선택할 때 중요시 여기는 속성의 중요도와 선택하여 이용하고 난 이후에 지각되는 만족도를 의미한다(Jun JH et al 2009).

Han HS·Oh MJ(2005)는 약선요리를 선택하는 중요 동기에 있어 자신의 일상공간에서 경험할 수 없는 것을 다른 곳에서 경험할 수 있다는 욕구와 기대의 심리라고 보고한 바 있다. 약선요리의 선택속성은 일반적인 음식이나 서비스와는 달리 그 약선메뉴 및 약선 전문식당에서만 차별적으로 갖고 있는 특정한 속성이며, 약선요리 소비자는 선택속성을 통해 특정한 결과를 연상하게 됨으로서 약선요리의 선택여부를 결정하는데 중요한 요소로서 작용한다(Choi SW 2010). 따라서 소비자가 약선요리를 선택하는 것은 본인이 할 수 없는

것을 전문가가 전문지식을 가지고 행위를 하는 것에 대하여 신뢰감과 안정성을 가지기 때문이다.

선택속성에 관한 선행연구로 Son YJ·Hong KW (2009)은 외식 소비자의 웰빙 수준과 웰빙 태도가 레스토랑의 선택속성에 미치는 영향에서 웰빙 트렌드에 따라 인식하는 외식 소비자의 웰빙 수준과 웰빙 태도가 레스토랑의 선택속성에 미치는 영향력을 파악하고자 하였다. Jun GJ (2009)은 대형 할인점에서 식품 선택속성이 소비자의 구매 후 행동에 미치는 영향에서 대형 할인점에서 식품 선택속성이 소비자의 구매 후 행동에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. Kim GA(2008)는 약선요리의 메뉴 선택속성이 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향에서 약선요리의 어떠한 메뉴 선택속성이 고객만족 및 재구매 의도에 영향을 미치는지를 실증 분석하고자 하였다. Kim JM(2007)는 약선요리 메뉴 선택속성과 고객 인지도에 관한 연구에서 다양한 약선메뉴를 개발하기 위해 소비자들이 중요시하는 약선요리 메뉴의 선택속성에 대해서 연구하여 약선요리 상품개발에 대한 기초자료를 제공하고자 하였다.

Do GB(2003)은 연령과 결혼여부에 따라 한방 메뉴에 대한 인지도에 차이가 나타났으며, 소득이 높을수록 한방음식은 건강식이고, 대중화의 필요성, 음식 맛에 대해 모두 높게 인지하는 것으로 나타났다고 하였다. Jo YS(2006)은 40대에서 50대 응답자들은 음식이 건강하지 못하다고 생각하기 때문에 한약재 및 약선음식, 약선 식재료에 대해 관심이 높으며, 특히, 일반인들은 한약재와 약선음식을 높게 인식하고 있는 반면 한약재 사용경험이 많은 조리사들은 약선 식재료에 대해 높게 인지하는 것으로 나타났다고 하였다.

약선요리 인지도에 관한 선행연구로 Kim JM(2007)의 약선요리 메뉴선택속성과 고객인지도에 관한 연구에서는 약선요리 인지도를 조사하여 다양한 상품을 개발하고자 하였다, Jo YS 등 (2006)의 한약재 및 약선 식재료의 인지도에 관한 연구에서는 인구통계학적 특성과 식생활유형에

따른 약선 메뉴의 인식차이를 분석하여 구체적인 메뉴방안을 모색하고자 하였다, Lee SM·Hwang DU(2013)의 외식산업에서 약선(藥膳)음식의 인지도에 관한 연구에서는 약선음식에 대한 인지도를 파악함으로써 직접적으로 소비자들을 유인하고 유지할 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다.

4. 고객만족도

고객만족이란 라틴어의 ‘satis(충분)+facere(만들다 또는 하다)에서 유래된 것으로 성취하거나 무엇을 채우는 것으로 볼 수 있으며 고객만족은 고객의 성취반응이므로 정해진 수준 이상으로 고객의 기대를 충족하는 것을 의미한다(Kim GA 2008). Hunt(1975)는 고객만족을 최소한 소비자가 기대했던 만큼의 훌륭한 서비스를 제공 받았을 때의 고객의 평가라고 정의하였다. 따라서 이러한 개념을 바탕으로 고객만족에 대한 개념을 정리해 보면 어떤 상품이 고객이 가지는 기대치와 욕구에 부응하고 이에 따른 만족도에 의해 다시 재구매 할 수 있게 하는 소비자의 감정적 반응의 산물이라고 정의할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

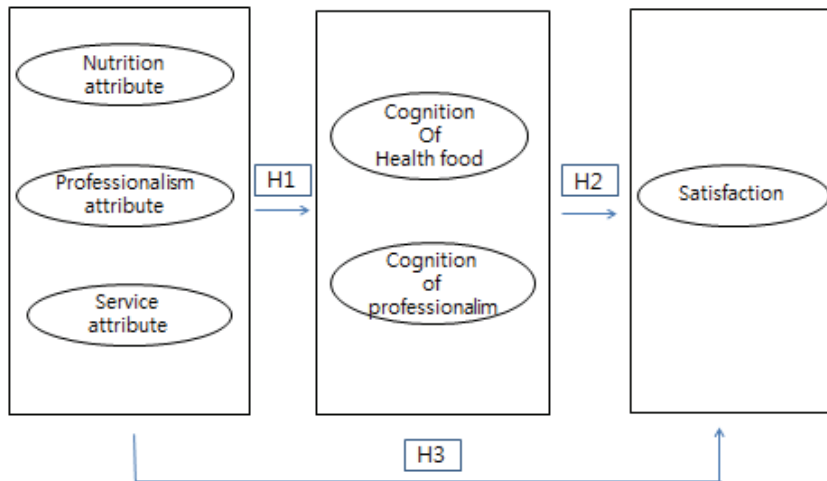
1. 연구모형 및 연구기설

1) 연구모형

본 연구는 경주지역 약선요리 전문점 이용경험이 있는 고객을 대상으로 Kim GA(2008), Kim JM(2007), Choi SW·Jin YH(2010)의 연구를 모델로 참조하여 경주지역 주민들의 약선요리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 미치는 영향에 대하여 실증분석을 하였다. 따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위해 <Fig.1>의 연구모형을 설정하였다.

2) 연구기설

경주지역 주민들의 약선요리 선택속성이 인지



<Fig. 1> Research model of this study

도와 고객만족도에 미치는 영향에 대하여 알아보 고자 연구모형을 바탕으로 다음과 같은 연구가설 을 설정하였다.

Kim JM(2007)는 약선요리 메뉴선택속성과 고 객인지도에 관한 연구에서 건강요인, 맛요인, 가 격 및 입지요인, 대중화 요인 등을 도출하였고 건 강요인과 맛요인에서 모두 정의 방향으로 영향을 미쳤다고 하였다. Kim GA(2008)는 약선요리의 메뉴선택속성이 고객만족 및 재구매 의도에 미치 는 영향에서 부산, 경남지역에서는 약선요리 선 택속성 요인 모두가 고객만족과 재구매 의도에 정의 방향으로 영향을 미쳤다고 하였다. Choi SW ·Jin YH(2010)는 외식소비자의 건강치향 메뉴가 LOHAS와 약선음식 및 고객만족에 미치는 영향 에서 약선음식이 고객만족에 유의적인 영향을 미 치며 약선음식의 질이 높을수록 고객만족이 더 높아진다고 하였다. 따라서 이러한 선행연구를 근거로 본 연구에서는 경주지역 주민들의 약선요 리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 미치는 영 향에 대하여 알아보기 위해 다음과 같은 가설을 도출하였다.

(1) 약선요리 선택속성과 고객인지도와의 관계
약선요리 선택속성과 고객인지도와의 관계에

서는 Kim JM(2007)는 건강요인, 맛요인, 가격 및 입지요인, 대중화 요인 등을 도출하였고 건강요 인과 맛요인에서 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1 : 약선요리 선택속성은 고객인지도에 영향 을 미칠 것이다.

H1-1 : 영양성 속성은 보양에 영향을 미칠 것 이다.

H1-2 : 전문성 속성은 보양에 영향을 미칠 것 이다.

H1-3 : 서비스 속성은 보양에 영향을 미칠 것 이다.

H1-4 : 영양성 속성은 전문성에 영향을 미칠 것이다.

H1-5 : 전문성 속성은 전문성에 영향을 미칠 것이다.

H1-6 : 서비스 속성은 전문성에 영향을 미칠 것이다.

(2) 인지도와 만족과의 관계

Sim KH(2011)은 식생활 라이프스타일에 따른 한국 약선음식 인지도 및 만족도 조사에서 요리

경력과 학력이 높을수록 인지도가 일반인에 비해 상대적으로 높다고 하였으며 약선음식의 인지도를 높이기 위해서 대상별로 차별화된 약선음식 홍보가 필요하다고 하였다. 따라서 이러한 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H2 : 약선요리 인지도는 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-1 : 보양에 대한 인지도는 만족에 영향을 미칠 것이다.

H2-2 : 전문성에 대한 인지도는 만족에 영향을 미칠 것이다.

(3) 약선요리 선택속성과 만족과의 관계

Kim GA(2008)의 약선요리의 메뉴선택속성이 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향에서 부산, 경남지역에서는 약선요리 선택속성 요인 모두가 고객만족에 정의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. Choi SW·Jin YH(2010)의 외식소비자의 건강지향 메뉴가 LOHAS와 약선음식 및 고객만족에 미치는 영향에서는 약선음식이 고객만족에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H3 : 약선요리 선택속성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

H3-1 : 영양성 속성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

H3-2 : 전문성 속성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

H3-3 : 서비스 속성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의

1) 약선요리 메뉴선택속성

약선요리는 먹어서 약이 되는 먹거리라 정의하

고 Park HJ(2005), Kim JM(2007), Kim GA(2008) 등의 연구를 바탕으로 수정·보완하여 편리성, 위생서비스, 특수 영양식, 조화로운 영양, 선도 및 계절성, 가격, 맛중시, 전문성 및 다양성, 친환경적 조리법 등 모두 9개 문항을 리커드 5점 척도(5=“매우 그렇다”, 1=“전혀 그렇지 않다”: 이하 동일)로 측정하였다.

2) 인지도

약선요리 고객인지도의 선행연구는 Kang MS(2003), Do GB(2003)등의 연구를 바탕으로 수정·보완하여 심신안정, 질병예방 및 치료, 영양가, 전문점 증가, 저렴한 가격, 맛과 미각 등 모두 7개 문항을 리커드 5점 척도로 측정하였다.

3) 고객만족도

약선요리 고객만족도의 선행연구는 Kim GA(2008)의 선행 연구를 근거로 하여 맛·양·질의 만족, 가격만족, 전반적 만족, 재방문, 타인권유 등 모두 5개 문항을 리커드 5점 척도로 측정하였다.

3. 연구방법

본 연구는 경주지역의 약선요리를 먹어본 경험이 있는 소비자들을 대상으로 약선요리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 연구를 위한 설문조사 기간은 2012년 5월 14일부터 5월 23일까지 10일간 총 300부의 설문지를 배부하여 총 282부의 설문지를 회수하였으며 수집된 자료 중 부적절한 자료를 제외하고 총 256부의 자료를 본 연구의 표본자료로 사용하였다.

4. 통계처리

본 연구를 위해 자료처리는 SPSS WIN 20.0 통계패키지를 이용하여 분석하였다. 응답된 자료의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 변수들의 신뢰성과 타당성을 분석하

기 위해 신뢰도분석과 요인분석을 실시하였으며, 주요변수간의 상관관계를 살펴보기 위해 상관관계 분석 및 가설을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구분석 및 결과

1. 인구통계학적 특징

본 연구의 일반적인 특성을 파악하기 위한 빈도분석 결과는 <Table 1>과 같이 나타났다. 성별에서 남성이 94명(36.7%)이며, 여성이 162명(63.6%)으로 여성이 남성에 비해 높게 나타났다. 결혼여부에서는 기혼이 164명(64.1%), 미혼이 92명(35.9%)으로 기혼이 높게 나타났으며, 연령에

서는 40대가 95명(37.1%)으로 가장 높게 나타났고 60대가 23명(9.0%)로 가장 낮게 나타났다. 학력에서는 전문대 졸업(재학)이 151명(59.0%)으로 가장 높게 나타났고 고등학교 졸업이 17명(6.6%)로 가장 낮게 나타났다. 직업별로는 학생이 55명(21.5%)으로 가장 높게 나타났고 농축산업이 3명(1.2%)으로 가장 낮게 나타났다. 마지막으로 월평균소득으로는 월 200만원 이상-월 400만원 미만인 108명(42.2%)으로 가장 높게 나타났고 600만원 이상이 27명(10.5%)로 가장 낮게 나타났다.

2. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구의 측정항목의 신뢰성과 타당성을 평가하기 위해 내적일관성을 평가하는 Cronbach's

<Table 1> Characteristics of the respondents

	Characteristic	N	%
Gender	Male	94	36.7
	Female	162	63.6
Marital status	Married	164	64.1
	Unmarried	92	35.9
Age	20~29	65	25.4
	30~39	33	12.9
	40~49	95	37.1
	50~59	40	15.6
	60~	23	9.0
Education	High school	17	6.6
	College graduate	151	59.0
	University graduate	62	24.2
	Graduate school	26	10.2
Occupation	Students	55	21.5
	Housewife	35	13.7
	Specialized job	38	14.8
	Office job	22	8.6
	Technical post	19	7.4
	Sales-service	29	11.3
	Teacher	22	8.6
	Public official	4	1.6
	Businessman	19	7.4
	Agro-livestock industry	3	1.2
	Others	10	3.9
Average monthly income (million won)	Less than 2	73	28.5
	2~less than 4	108	42.2
	4~less than 6	48	18.8
	More than 6	27	10.5
		256	100

Alpha 계수에 의해 분석하였고, 요인분석을 통해 변수들의 구성 타당성을 제시하였다.

<Table 2>는 약선요리 선택속성에 대한 결과로 요인을 축소하기 위해 요인분석을 실시하여 총 9개 문항 중 1문항은 요인적재량이 낮아 제거하고 총 8문항을 요인분석에 적용하였다. 요인을 추출하기 위한 기준은 아이겐값 1 이상으로 하여 3개 요인을 추출하였고, 각 요인을 구성하는 문항들의 중심 개념을 바탕으로 서비스요인, 영양요인, 전문성요인 등 3개의 요인을 도출하여 서비스속성, 영양속성, 전문성속성으로 명명하였다. 또한, 모형의 적합성을 판단하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkn) 측도 결과 값이 0.788로 나타났으며 Battlet의 구형성 검증을 위한 카이제곱 값이 390.602로 유의수준 p가 0.000 수준에서 유의한 것으로 분석되었다. 전체 요인들이 설명하는 총 분산 설명력은 62.198%로 나타났고 요인의 내용을 살펴보면 요인 1은 편리성, 위생서비스, 특수 영양식 등의 변수들로 묶어 요인명을 서비스 속성이라 명명하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0.617로 신뢰성이 확보되었고 고유값은 1.780이며 전체에 대한 요인 설명력은 22.250%로 나타났다. 요인 2는 영양조화, 선도와 계절성, 가격 등의 변수들로 묶어 요인명을 영양 속성이라 명명하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0.637로 신뢰성이 확보되었고 고유값은 1.770이며 전체에 대한 요인 설명력은

22.130%로 나타났다. 요인 3은 맛 중시, 전문성과 다양성 등의 변수들로 묶어 요인명을 전문성 속성이라 명명하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0.604로 신뢰성이 확보되었고 고유값은 1.425이며 전체에 대한 요인 설명력은 17.818%로 나타났다.

<Table 3>은 약선요리 인지도에 대한 요인분석 결과로 2개 요인을 추출하였고, 각 요인을 구성하는 문항들의 중심 개념을 바탕으로 보양요인, 전문성요인 등 2개의 요인을 도출하여 인지보양, 인지전문성으로 명명하였다. 또한, 모형의 적합성을 판단하는KMO(Kaiser-Meyer-Olkn) 측도 결과 값이 0.834로 나타났으며 Battlet의 구형성 검증을 위한 카이제곱 값이 695.694로 유의수준 p가 0.000 수준에서 유의한 것으로 분석되었다. 전체 요인들이 설명하는 총 분산 설명력은 65.942%로 나타났고 요인의 내용을 살펴보면 요인 1은 심신안정, 질병예방 및 치료, 체력 증보강, 영양가 등의 변수들로 묶어 요인명을 인지보양이라 명명하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0.819로 신뢰성이 확보되었고 고유값은 2.659이며 전체에 대한 요인 설명력은 37.989%로 나타났다. 요인 2는 전문점 증가, 저렴한 가격, 맛과 미각 등의 변수들로 묶어 요인명을 인지전문성이라 명명하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0.711로 신뢰성이 확보되었고 고유값은 1.957이며 전체에 대한 요인 설명력은 27.953%로 나타났다.

<Table 2> Results of reliability and factor analysis of selecting attributes

Article	Service attribute	Nutrition attribute	Professionalism attribute
Serviceability	.830	-.014	.075
Hygiene	.737	.189	.200
Special-purpose food	.629	.270	.030
Balance of nutrition	.084	.841	.042
Freshness & seasonal item	.230	.698	.230
Price	.118	.589	.276
Importance of taste	.029	.136	.910
Professionalism & diversity	.277	.319	.648
Eigen value	1.780	1.770	1.425
Variance(%)	22.250	22.130	17.818
Cumulative variance(%)	22.250	44.380	62.198
Cronbach's alpha	.617	.637	.604

KMO(Kaiser-Meyer-Olkn): 0.788, X²: 390.062, df: 28, P: 0.000

<Table 3> Results of reliability and factor analysis of customer's cognition

Article	Cognition of health food	Cognition of professionalism
Comfortable mind & body	.823	.213
Disease prevention & care	.817	.110
Work hard on stamina	.745	.287
Nutritional value	.651	.441
Increase of specialty stores	.271	.811
Affordable price	.118	.806
Taste & palate	.498	.560
Eigen value	2.659	1.957
Variance(%)	37.989	27.953
Cumulative variance(%)	37.989	65.942
Cronbach's alpha	.819	.711

KMO(Kaiser-Meyer-Olkn): 0.834, X²: 695.694, df: 21, P: 0.000

<Table 4>는 약선요리 고객만족도에 대한 요인 분석 결과로 1개 요인을 추출하였고, 각 요인을 구성하는 문항들의 중심 개념을 바탕으로 만족이라는 1개의 요인을 도출하여 고객만족도로 명명하였다. 모형의 적합성을 판단하는KMO(Kaiser-Meyer-Olkn) 측도 결과 값이 0.829로 나타났으며 Battlet의 구형성 검증을 위한 카이제곱 값이 745.400으로 유의수준 p가 0.000 수준에서 유의

한 것으로 분석되었다. 전체요인들이 설명하는 총 분산 설명력은 69.519%로 나타났고 내용을 살펴 보면 맛·양·질의 만족, 가격 만족, 전반적 만족, 재방문, 타인권유 등의 변수들로 묶어 요인명을 만족이라 명명하였다. Cronbach's Alpha 계수는 0.889로 신뢰성이 확보되었고 고유값은 3.476이며 전체에 대한 요인 설명력은 69.519%로 나타났다.

<Table 5>는 추출된 요인들에 대한 상관관계를

<Table 4> Results of reliability and factor analysis of customer satisfaction

Article	Satisfaction
Satisfaction with taste & quantity & quality	.855
Satisfaction with price	.776
Overall satisfaction	.854
Revisitation	.840
Suggestion to others	.840
Eigen value	3.476
Variance(%)	69.519
Cumulative variance(%)	69.519
Cronbach's alpha	.889

KMO(Kaiser-Meyer-Olkn): 0.829, X²: 745.400, df: 10, P: 0.000

<Table 5> Results of correlation analysis

	Mean±SD	1	2	3	4	5	6
1. Nutrition attribute	4.23±.55	1					
2. Professionalism attribute	4.33±.61	.467**	1				
3. Service attribute	4.16±.60	.384**	.342**	1			
4. Cognition of health food	3.91±.59	.163**	.148**	.134*	1		
5. Cognition of professionalism	3.86±.62	.347**	.307**	.262**	.623**	1	
6. Satisfaction	3.38±.64	.151*	.118	.199**	.579**	.495**	1

*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

<Table 6> The effects of selecting attributes on the cognition of health food

	Coefficient of non-standardization		Coefficient of standardization	t	Significance probability
	B	Standard error	β		
Constant	2.851	.344		8.285	.000
Nutrition attribute	.107	.078	.100	1.375	.170
Professionalism attribute	.075	.069	.077	1.085	.279
Service attribute	.069	.067	.070	1.019	.309
$R^2=.037$, Adjusted $R^2=.026$, $F=3.229$, $p=.023$					

* $p<0.10$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$

검정한 결과로 연구단위 간의 상관관계는 $p<0.01$ 수준에서 정(+)의 상관관계를 가지는 것으로 나타나 연구모형과 연구가설에서 제시한 변수들 간의 방향은 일치하는 것으로 나타났다.

3. 가설검증

1) 선택속성이 인지보양에 미치는 영향 분석
가설검증을 위해 회귀분석을 실시하였으며 선택속성과 관련되어 각각 인지보양과 인지전문성에 영향을 줄 수 있는지를 확인한 결과는 다음과 같다. 선택속성이 인지보양에 미치는 영향을 분석한 결과는 <Table 6>과 같으며 전체 회귀식의 설명력을 의미하는 R^2 값이 0.037로 3.7%의 설명력을 보이고 있는 것으로 나타났고 F분포를 통하여 분석한 분산추정량의 모형적합성 확인에서는 F변화량이 3.229로 나타나면서 이에 따른 유의수준이 $p=0.023$ 으로 분석되어 유의수준이 확보되었다. 그러나 각 독립변수의 유의성 검증결과는 모두

비유의적인 것으로 나타나 가설1-1, 가설1-2, 가설1-3의 인지보양은 채택되지 않았다. 즉 경주지역에서는 약선요리 선택속성인 편리성, 위생서비스, 특수 영양식, 조화로운 영양, 선도 및 계절성, 가격, 맛중시, 전문성 및 다양성의 변수들이 인지보양에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

2) 선택속성이 인지전문성에 미치는 영향 분석

선택속성이 인지전문성에 미치는 영향을 분석한 결과는 <Table 7>과 같으며 전체 회귀식의 설명력을 의미하는 R^2 값이 0.159로 15.9%의 설명력을 보이는 것으로 나타났고 F분포를 통하여 분석한 분산추정량의 모형적합성 확인에서는 F변화량이 15.897로 나타나면서 이에 따른 유의수준이 $p=0.000$ 으로 분석되어 유의수준이 확보되었다. 각 독립변수의 유의성 검증결과는 영양속성($p=0.001$)과 전문성속성($p=0.017$), 서비스속성($p=0.059$)가 인지전문성에 대해 정(+)의 방향으로

<Table 7> The effects of selecting attributes on the cognition of professionalism

	Coefficient of non-standardization		Coefficient of standardization	t	Significance probability
	B	Standard error	β		
Constant	1.576	.335		4.700	.000
Nutrition attribute	.253	.076	.226	3.333	.001
Professionalism attribute	.161	.067	.160	2.394	.017
Service attribute	.124	.066	.121	1.896	.059
$R^2=.159$, Adjusted $R^2=.149$, $F=15.897$, $p=.000$					

* $p<0.10$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$

영향을 미쳤으며 회귀계수에 대한 t값은 각각 3.333, 2.394, 1.896으로 p값의 수준에서 유의한 것으로 나타나 가설1-4, 가설1-5, 가설1-6의 인지 전문성은 모두 채택되었다. 따라서 선택속성인 영양속성, 전문성속성, 서비스속성이 인지전문성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 인지도와 고객만족도에 대한 가설검증

인지도가 고객만족도에 미치는 영향을 분석한 결과는 <Table 8>과 같으며 전체 회귀식의 설명력을 의미하는 R² 값이 0.365로 36.5%의 설명력을 보이는 것으로 나타났고 F분포를 통하여 분석한 분산추정량의 모형적합성 확인에서는 F변화량이 72.699로 나타나면서 이에 따른 유의수준이 p=0.00으로 분석되어 유의수준이 확보되었다. 각 독립변수의 유의성 검증결과는 인지보양(p=0.000), 인지전문성(p=0.001)이 고객만족도에 대해 정(+)의 방향으로 영향을 미쳤으며 회귀계수에 대한 t값은 6.912, 3.422로 p값의 수준에서 유의한 것으로 나타나 가설2-1, 가설2-2의 고객만족도는 전부 채택되었다. Choi SW·Jin YH(2010)의 연구에서는 식품균형과 영양성분, 다양한 약선에 대하여 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구와 유사한 것으로 나타났다. 따라서 심신의 안정과 질병 예방 및 치료, 체력 증보강, 저렴한 가격과 맛 등은 고객들의 만족에 영향을 미치는 중요 요인들로 고객 충성도 형성을 위해서는 이러한 요인들에 대한 만족도를 꾸준히 제공해야 할 것이다.

3) 선택속성과 고객만족도에 대한 가설검증

선택속성이 고객만족도에 미치는 영향을 분석한 결과는 <Table 9>와 같으며 전체 회귀식의 설명력을 의미하는 R² 값이 0.047로 4.7%의 설명력을 보이는 것으로 나타났고 F분포를 통하여 분석한 분산추정량의 모형적합성 확인에서는 F변화량이 3.229로 나타나면서 이에 따른 유의수준이 p=0.023으로 분석되어 유의수준이 확보되었다. 각 독립변수의 유의성 검증결과는 서비스속성(p=0.020)이 고객만족도에 대해 정(+)의 방향으로 영향을 미쳤으며 회귀계수에 대한 t값은 2.345로 p값의 수준에서 유의한 것으로 나타났으나 영양속성과 전문성속성은 비유의적인 것으로 나타나 가설3의 고객만족도는 부분적으로 채택되었다. Kim GA(2008)의 연구에서도 본 연구와 마찬가지로 서비스에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 약선요리 선택속성인 서비스속성의 위생 서비스와 특수 영양식 등은 고객만족도에 영향을 미치는 것으로, 이 중 특수 영양식 부분에 있어 약선요리가 몸에 좋은 먹거리의 의미를 가지고 있기 때문에 추가적으로 특수 목적을 가진 영양식의 개념을 부가하는 것은 고객에게 좀 더 큰 만족도를 형성하는 것이라 사료된다.

V. 결 론

최근 힐링이라는 시대적 흐름 속에 식생활의 변화와 더불어 보다 안전하고 건강한 메뉴에 대한 욕구를 충족시키기 위한 일환으로 약선요리

<Table 8> The effects of awareness on customer satisfaction

	Coefficient of non-standardization		Coefficient of standardization	t	Significance probability
	B	Standard error	β		
Constant	.640	.231		2.767	.006
Cognition of health food	.478	.069	.443	6.912	.000
Cognition of professionalism	.227	.066	.219	3.422	.001
R ² =.365, Adjusted R ² =.360, F=72.699, p=.000					

*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

〈Table 9〉 The effects of selecting attributes on customer satisfaction

	Coefficient of non-standardization		Coefficient of standardization	t	Significance probability
	B	Standard error	β		
Constant	2.178	.370		5.890	.000
Nutrition attribute	.089	.084	.077	1.069	.286
Professionalism attribute	.029	.074	.028	.392	.695
Service attribute	.170	.072	.159	2.345	.020
$R^2=.047$, Adjusted $R^2=.035$, $F=4.108$, $p=.007$					

* $p<0.10$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$

등의 건강요리가 대두되고 있다. 이에 본 연구는 약선메뉴에 대한 선택속성을 살펴 약선요리 메뉴 개발을 활성화하고자 하였다. 따라서 소비자들이 약선메뉴를 선택할 때 고려하는 선택속성을 통해 이러한 약선요리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 미치는 영향의 인과관계를 살펴 약선요리 메뉴 개발에 대한 기초자료를 제공하고자 하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 약선요리 선택속성(영양속성, 전문성속성, 서비스속성)은 고객인지도(인지보양, 인지전문성)에 영향을 미칠 것이라는 가설검증 결과, 약선요리 선택속성이 인지보양에 미치는 영향에서는 각 독립변수의 유의성 검증결과 모두 비유의적인 것으로 나타나 인지보양은 채택되지 않았다. 그러나 인지전문성에 미치는 영향에서는 정(+)의 방향으로 영향을 미쳤으며 p값의 수준에서 유의한 것으로 나타나 인지전문성은 모두 채택되었다.

둘째, 약선요리 고객인지도(인지보양, 인지전문성)는 만족에 영향을 미칠 것이라는 가설검증 결과, 유의수준이 $p=0.00$ 으로 분석되어 유의수준이 확보되었고, 각 독립변수의 유의성 검증결과는 인지보양, 인지전문성이 고객만족도에 대해 정(+)의 방향으로 영향을 미쳤으며 p값의 수준에서 유의한 것으로 나타나 가설2의 고객만족도는 모두 채택되었다. 따라서 심신의 안정과 질병 예방 및 치료, 체력 증보강, 저렴한 가격과 맛 등은 고객들의 만족에 영향을 미치는 중요 요인들로 고객 충성도 형성을 위해서는 이러한 요인들에

대한 만족도를 소비자에게 꾸준히 제공해야 할 것이다.

셋째, 약선요리 선택속성(영양속성, 전문성속성, 서비스속성)은 만족에 영향을 미칠 것이라는 가설검증 결과, 유의수준이 $p=0.023$ 으로 분석되어 유의수준이 확보되었고, 각 독립변수의 유의성 검증결과는 서비스속성이 고객만족도에 대해 정(+)의 방향으로 영향을 미쳤으며 p값의 수준에서 유의한 것으로 나타났으나 영양속성과 전문성속성은 비유의적인 것으로 나타나 가설3의 고객만족도는 부분적으로 채택되었다. 따라서 약선요리 선택속성인 서비스속성의 위생서비스와 특수 영양식 등은 고객만족도에 영향을 미치는 것으로 이 중 특수 영양식은 약선요리의 기능식 식품의 의미를 지니고 있으며 약선요리에 특수 목적을 가진 영양식의 개념을 부가하여 고객들에게 제공한다면 고객만족도 형성에 많은 도움이 되리라 사료된다.

과학의 발달로 인한 인간의 수명연장은 인간에게 축복인 동시에 큰 위험인자로 대두되고 있다. 건강하지 못한 100세 수명은 인간에게 오히려 독이라는 말은 인간이 살아가는데 건강이 얼마나 중요한가를 다시 한 번 강조하고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 이에 인간의 건강과 직접적으로 관련이 있는 음식은 최근 힐링 바람과 더불어 생활 속에 깊숙이 관련되어 있으며 이 중 약선요리는 최근 여러 연구자들에 의해 연구되어지고 있으며 약선요리 전문점들도 증가하고 있는 추세

이다. 그러나 약선요리의 다양한 메뉴들이 소비자들에게 대중화되어 있지 못하고 또한 전문적인 지식을 가진 이들도 많지 않다. 따라서 다양한 약선요리 메뉴의 대중화를 위하여 전문적인 지식을 가진 연구자와 약선요리 전문점들의 연계를 통한 체계적인 연구와 메뉴 개발이 이루어져야 할 것이다.

따라서 본 연구의 결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 도출하였다. Kim GA(2008)의 연구에서 약선요리 이용고객의 만족에 가장 큰 영향을 미치는 메뉴선택속성은 음식품질 요인과 서비스요인, 건강지향요인이라고 한 것으로 미루어 보아 약선요리 전문점의 고객만족도를 높이고 경쟁력을 강화하기 위해서는 약선요리 전문점들의 음식품질 및 서비스와 영양적인 만족도를 충분히 제공해야 할 것이다. 또한, 고객이 약선요리 전문점을 방문하는 이유는 약선 전문식당에서만 차별적으로 할 수 있는 특정한 속성을 지니기 때문이며 더불어 약선메뉴를 선택하는 것은 약선요리에 전문지식을 가진 전문가가 행하는 모든 행위에 대해 신뢰감을 가지기 때문이다. 따라서 경주가 중가음식의 발달지로 시작하여 약선요리의 종착지로 더욱 발전하기 위해서는 이러한 기반 위에 다양한 메뉴들이 연구되어야 할 것이며, 약선요리 전문점은 자신의 브랜드를 인지시키기 위하여 한의학에 기초를 두고 인체에 대한 이해와 식재와 약재에 대한 전문지식을 가져야 하며 이러한 기초 위에 식재와 약재를 다양하게 적용할 수 있는 능력을 반드시 지녀야만 할 것으로 사료된다. 또한, 차후 연구에 있어 대상별로 차별화된 약선음식과 지역별로 선호하는 약선음식의 연구도 진행되어야 할 것이다.

한글 초록

본 연구는 경주지역의 약선요리를 이용한 경험이 있는 소비자들을 대상으로 약선요리 선택속성이 인지도와 고객만족도에 미치는 영향을 분석하

고자 하였다. 실증분석을 위해 총 300부의 설문지를 배부하여 부적절한 자료를 제외하고 총 256부의 자료를 본 연구의 표본자료로 사용하였다. 본 연구를 위해 자료처리는 SPSS WIN 20.0 통계패키지를 이용하여 분석하였다. 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 변수들의 신뢰성과 타당성을 분석하기 위해 신뢰도분석과 요인분석을 실시하였으며, 가설검증을 위하여 회귀분석을 실시하였다. 연구 결과 첫째, 선택속성은 인지보양과 인지전문성에 영향을 미칠 것이라는 가설검증 결과, 인지전문성에는 영향을 미치지 않는 반면 인지보양에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 인지도는 고객만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설검증 결과, 인지보양과 인지전문성이 고객만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 선택속성은 만족에 영향을 미칠 것이라는 가설검증 결과, 서비스속성이 고객만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 영양속성과 전문성속성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 결과를 토대로 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 즉 약선요리 전문점의 고객만족도를 높이고 경쟁력을 강화하기 위해서는 약선요리 전문점들의 전문성이 강조되어야 하며 서비스와 영양적인 만족도를 충분히 제공해야 할 것이다.

참고문헌

- 곽준수(2010). 약선학강좌(기초이론편), 영산대학교, 1-383, 부산
- 김수범(2004). 사상체질과 체질약선, 식품세계, 804-810, 서울
- 박혜성·박성진(2007). 건강과 치료를 위한 약선 영양, 정담출판사, 1-481, 서울
- 신미경·조정순(2004). 한방음식의 이해, 학술정보, 1-182, 서울
- 정구점·차은정(2005). 약선 조리학, 효일, 44-56, 서울

- 최만순(2007). 약선사 과정, 한국전통약선연구원, 19, 부산
- Ahn MS (2002). Biological medicinal food for pepper and garlic analysis. *The East Asian Society of Dietary Life* 12(5):454-460.
- Cha SB · Park KT (2003). The Development of traditional Local Menus using medicinal cooked Food in Chonan Area. *The Korea Academic Society of Tourism and Leisure* 15(2):9-22.
- Choi SW (2010). The effect of purchase motivation and selective attributes of medicinal food on the customer attitude. Kyonggi University, 1-127, Seoul
- Choi SW · Ahn HK · Cho SH (2012). A Study on the Effect of Quality of Medicinal Food on Perceived Values, Repurchase Intention and Recommendation Intention. 18(5):1-15.
- Choi SW · Jin YH (2010). Effect of health-orientated menu for restaurant customers on LOHAS, herbal food, and customer satisfaction. *The Korea Journal of Culinary Research* 16(2):96-109.
- Do GB (2003). Research on the customer's recognition of medicinal cuisine. Sejong University, 1-81, Seoul
- Han EL (2005). Study on medicinal medicine. Kyung-Hee University, 1-121, Seoul
- Han HS · Oh MJ (2005). A Comparative Study on the Brand Value of Tourist Destinations - Based on the Level of Involvement. *The Korea Academic Society of Culture & Tourism* 7(1):335-360.
- Hunt JD (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of travel reserch* 13:3-7
- Jo YS (2006). (The) study on the customer's and cook's perception of Han-Bang Menu. Kyung-Hee University, 1-87, Seoul
- Jun GJ (2009). Effects of Food Selection Attribute on Post-purchase Consumer Behavior in Big Discount Stores. *The Korean J Culinary Research* 15(3):248-261.
- Jun JH · Bang JS · Choi TH (2006). The Relationship between Wine-Selection Attributes and Consumer Satisfaction. *The Korea Journal of Culinary Research* 12(2):88-105.
- Kang MS (2002). A study of Yaksunyorli menu develop a plan. Kyunggi University, 1-105, Seoul
- Kim GA (2008). The effect of the property for selection of medicinal cuisine menu on costom-er's satisfaction and intenion for rj-but. Dong-Eui University, 1-86, Busan
- Kim JM (2007). Research on the menu selecting attribute of medicinal cuisine and customer's recognition-centering around the users of medicinal cuisine restaurant in Busan-. Dong-Eui University, 1-74, Busan
- Lee GO · Choi HJ (2007). A Study on the Choice Properties of Restaurant Customer's Characteristics. *The Korean J Culinary Research* 13(4):1-18.
- Liu JN (2006). A study on Yaksun(Medical) restaurant by well-being market segmentation. Kyung-Hee University, 1-77, Seoul
- Lee SM(2013). Effects recognition and elective attributes on satisfaction and recommendation for medicinal foods. *The Korea Contents Association* 13(6):459-467.
- Lee SM · Hwang DU(2013). Acknowledgement of herbal foods in foodservice industry. *The Korea Contents Association* 6(11):65-73.
- Medicine food news (1997). Functional Food: What are you talking about, Feb. No.1.
- Park HJ (2005). A study on Yaksun(Medical) menu choice attributes by well-being market segmentation. Kyung-Hee University, 1-70,

Seoul

- Park YS (2005). A study on the important and satisfaction of customer's selection attributes for fast food restaurant in Daegu. Keimyung University, 1-52. Daegu
- Sim KH (2011). A Survey on the Recognition and Satisfaction of Korean Herbal Foods according to Dietary Behavior in Lifestyle. *The Korea Journal of Culinary Research* 17(4):39-58.
- Son YJ · Hong KW (2009). A Study on How Well-Being Influences Consumer Behavior and Restaurant Choice. *The Korean J Culinary*

Research 15(1):209-224.

- Kapsak WR · Rahavi EB · Child NM · White C (2011). Functional Food: Consumer attitudes, Perceptions, and behaviors in a growing market. *J. of the American Dietetic Association* 4(3):804-810.

2013년 11월 24일 접수

2014년 04월 20일 1차 논문수정

2014년 05월 20일 2차 논문수정

2014년 05월 30일 3차 논문수정

2014년 06월 10일 논문게재확정