

푸드스타일링 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의도에 미치는 영향 - 퓨전한식을 중심으로

강 혜 정[¶]

스위스 호텔학교 호텔경영학과[¶]

A Study on the Influence of Food Styling Factors on Customer Satisfaction, Revisit Intention, and Recommendation Intention - Focusing on Korean Fusion Cuisine

Hye-Jung Kang[¶]

Dept. of Hotel management, The Swiss Hotel Management School[¶]

Abstract

This study aims to analyze customer satisfaction, revisit intention, and recommendation intention of food styling of Korean fusion cuisine in order to establish the development of food styling of Korean fusion cuisine and to develop the marketing strategies for food styling of Korean fusion cuisine. A survey was conducted in Korean fusion restaurants during the month of August 2013. A valid sample of 150 questionnaire sheets returned were analyzed using SPSS version 21.0. Results of this study showed that food styling of Korean fusion cuisine influenced customer satisfaction, revisit intention, and recommendation intention. Food styling factors such as food and plate, linen and centerpiece, cutlery, and, glassware influenced customer satisfaction, revisit intention, and, recommendation intention. This study suggests to develop a scheme for modern food styling for the globalization of Korean cuisine.

Key words: food styling, customer satisfaction, revisit intention, recommendation intention, Korean fusion cuisin

I. 서 론

음식의 미각을 돋보이게 하는 푸드 스타일링(Food styling)이 상업적 이윤과 직결 되면서 푸드 스타일링(Food styling)의 중요성이 부각되고 있다(Cho SH et al. 2009). 음식과 디자인이 결합된 푸드 스타일링(Food styling)은 외식 산업 마케팅 전략의 중심적 요소로 음식 이미지의 효과적 전달은 소비자들로 하여금 구매에까지 영향을 미칠

수 있다(Kim SH · Kim SH 2013). 그러므로 푸드 스타일링(Food styling)의 중요성을 인식하고 외식 산업 분야에서 적극 활용 한다면 타 상품과의 차별화를 이루고 고객의 만족감을 극대화 시킴으로써 재방문 의도 가능성을 높여 시장 경쟁력과 매출성과 향상을 갖게 될 것이다. Kim YH(2013) 연구에서 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도가 직접적으로 재방문 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한, Jones et al, 2006;

[¶]: 강혜정, 010-7127-4007, khjhoho007@naver.com, CH-1824 CAUX/MONTREUX (SHMS.SWITZERLAND) 스위스 호텔학교 호텔경영학과

Seo HJ, (2011)연구에서 고객만족도가 재방문 의도에 유의한 영향을 미친다고 했으며, Eggert · Ulaga, 2002; Kim JZ, (2011)연구에서 고객만족도가 추천 의사에 유의한 영향을 미친다고 했다. 그러므로, 치열한 외식 산업에서 경쟁 우위 확보는 지속 경영을 위해 매우 중요하다. 이를 위해 음식의 가치(Value)를 높이는 푸드스타일링(Food styling)의 영향력을 인식하고 경영 방식에서 푸드 스타일링(Food styling) 전략을 적극 활용하여 고부가 가치 창출과 시장에서의 경쟁적 우위를 확보 할 수 있다.

푸드 스타일링(Food styling)이란 음식의 맛을 시각적으로 최대한 보는 사람들의 미각뿐만 아니라 시각 등 오감 전체를 만족 시키는 작업을 뜻한다(Chun DS et al. 2011). 즉, 음식에 대한 시각적인 생명을 불어 넣어주는 미각의 시각화 작업으로 음식의 맛, 향, 질감 등 인간의 오감 영역의 시각화 표현이다(Kim JW 2008).

푸드 스타일링(Food styling)은 단순히 먹는다는 차원에서 벗어나 음식에 민족의 전통과 그 시대의 음식 문화를 반영하고 맛과 향기, 모양과 색깔의 아름다움을 창출하여 식문화의 발전에 기여한다. 그러나 우리 식문화에서 푸드 스타일링(Food styling)은 음식의 모양새보다 음식의 조화된 맛을 더 중요시 하였다. 이로 인해 디자인적인 미적 요소가 뒤떨어져 우리 음식의 활성화와 세계화가 어려웠다(Kang BN, 2006). 이를 위해 우리 음식의 활성화와 세계화로 나아가기 위해 시대적 트렌드를 잘 읽고 적용해 세계적 트렌드에 적합한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)이 필요하다(Yeom HS 2010). 기존의 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 선행 연구들을 살펴보면, Kim SH · Kim SH(2013)은 국내 유명 잡지에 나타난 30가지 한식 메뉴에서 소비자의 시각을 통한 미각 이미지와 푸드 스타일링(Food styling) 디자인의 연관성을 분석 하였고, Lee YM · Kim SH(2014)은 음식 사진을 통해 그릇의 형태, 그릇의 색상, 그릇과 음식의 조화를 살펴보고 푸드 스타일링(Food styling)의 조화, 테이블 스타

일링과의 조화와 같은 푸드 스타일링(Food styling) 속성이 한식 그릇의 선호도에 미치는 영향을 분석 하였다. 한편, 우리 음식의 세계화를 위한 방안 제시를 위한 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 선행 연구들을 살펴보면, Koo HY(2009)은 우리 음식 세계화를 위해 한식의 푸드코디네이션과 한식당의 서비스 품질, 한식의 담음새 변화를 통한 한식의 성공적인 세계화 전략 방안을 제시 하였고, Yeom HS(2010)는 한식 세계화에 대한 인식과 푸드코디네이션의 각 구성 요소별 특성 및 발전 방향에 관한 체계적이고 경쟁력 있는 푸드 코디네이션을 위한 방안을 제시 하였다. 그러나, 우리 음식 퓨전한식에 대한 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 연구는 이루어진 적이 없다.

따라서 본 연구는 우리 음식의 미와 정체성, 우수성을 담은 세계속의 음식으로 경쟁력을 높이기 위해 시대적 트렌드 흐름에 맞는 현대적이고 모던한 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인을 분석하여 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사 등에 미치는 영향을 파악하여 첫째, 퓨전한식 레스토랑의 퓨전한식 활성화를 위한 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적 마케팅 전략을 제시 하고자 한다. 둘째, 우리 음식의 활성화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 마케팅 전략을 제시 하고자 한다. 셋째, 우리 음식의 세계화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적인 마케팅 전략에 관한 방안을 제시 하고자 한다. 이로써 우리 음식의 활성화와 세계화를 위한 효과적인 우리 음식의 푸드 스타일링(Food styling) 발전 방향을 제시하고 더불어 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 마케팅 방안 수립의 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적배경

1. 푸드 스타일링(Food styling)

푸드 스타일링(Food styling)은 음식 맛을 느끼

는데 필요한 미각뿐만 아니라 시각요소를 디자인적으로 분석하여 오감인 미각, 시각, 후각, 청각, 촉각 등 오감 전체를 만족 시키는 역할을 한다(Kim SH · Kim SH 2013). 따라서 푸드 스타일링(Food styling)은 음식의 맛을 직접 먹어보지 않고도 눈으로 그 맛을 느낄 수 있도록 미각을 시각화하는 작업이다(Kim JW 2008). 또한 외식산업 마케팅 전략에 있어 푸드 스타일링(Food styling)은 음식 이미지를 효과적으로 소비자에게 전달하는 중요한 시각적 커뮤니케이션 도구로써 시각적인 강렬한 인상은 소비자들로 하여금 구매까지 영향을 미칠 수 있다. 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 국내 선행 연구로는(Kim JW 2008)의 푸드 스타일링에 있어서 미각의 시각화와 색채에 관한 연구, (Kim BH et al. 2011)의 특급호텔 조리사의 푸드 스타일링(Food styling) 인지 및 만족도에 관한 연구, (Cho SH · Lee SM 2010)의 호텔 웨딩 컨벤션의 식공간 연출, 푸드 스타일링(Food styling), 테이블 데코레이션이 고객만족도 및 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구가 수행되었다. 또한 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 국외 선행 연구로는(Pae, J.E., 2005)의 푸드 스타일링(Food styling) 효과가 고객 상품 구매의도와 가격 수용에 관한 연구가 수행되었다.

2. 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)

1) 전통한식 푸드 스타일링(Food styling)

전통한식(Tradition korean food)은 우리 음식 문화를 대표 하는 것으로 우리 나라의 오랜 전통으로 전해 내려오는 고유 음식으로 전통 궁중 요리, 전통 반가 요리, 전통 서민 요리, 전통 향토 요리, 전통 사찰 요리, 전통 일상식 요리, 전통 시절식 요리, 전통 의례식 요리등을 국산 농수산물을 주식재료를 사용하여 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 조리법, 맛, 향, 모양, 색깔 및 문화가 깃든 한상 차림 음식(공간 전개형) 이다(Kang HJ 2013). 전통한식의 푸드 스타일링(Food styling)은

음식의 동선 배치와 오방색의 식재료를 사용하여 눈으로 보는 맛의 조화를 중요시 하였다. 또한, 전통한식 푸드 스타일링(Food styling)에 있어 고명을 빼놓은 수 없다. 음식 꾸미기에 사용한 고명의 색상은 우주 공간을 상징하는 오방색(푸른색, 흰색, 붉은색, 검은색, 노란색)을 쓰고 있다. 음식 꾸미기에 사용하는 고명은 색상이 아름답고 지극히 정성이 담겨지고 세련된 솜씨의 꾸밈의 고운 느낌을 주는 것이 특징이다(Park EH 2007). 전통한식에 관한 국내 선행 연구로는 (Kang JA 2010)의 궁중 음식 메뉴의 시각적 중요도와 메뉴 선택 선호도-전통 오방색을 중심으로에 관한 연구가 수행되었다. 또한 전통한식에 대한 국외 선행 연구로는 (Nicholas R. Fuller et al. 2012)의 전통 한식 식단을 활용한 호주인 과제중과 비만 인구에 전통 한식 식이요법이 체중과 신진대사 요인에 미치는 영향력에 관한 연구가 수행되었다.

2) 한식 푸드 스타일링(Food styling)

한식(Korean food)은 우리 고유의 전통 한식의 역사적 배경과 문화적 특징을 지니면서 전승되어 온 현존하는 음식으로 한식은 전통 한식을 바탕으로 변화된 현대인의 입맛에 맞게 새롭게 개발된 음식으로 일정한 격식을 갖추어서 차려지는 한상 차림 음식(공간 전개형)과 요리가 하나씩 차려져 나오는 코스 상차림 음식(시간 전개형)이다(Kang HJ 2013). 이러한 한식의 푸드 스타일링(Food styling)은 양념과 고명(garnish)으로 시각적인 맛을 표현하는 푸드 스타일링(Food styling)이다. 자연 식재료(열매, 뿌리, 잎)의 색채와 모양을 활용한 푸드 스타일링(Food styling)으로 한식의 전통미를 살리고 시각적인 맛의 극대화로 미각을 돋우게 하였다. 또한, 한식은 음식과 그릇의 조화, 담음새는 매우 중요한 한식의 푸드 스타일링(Food styling)의 요소이며, 음식의 담음새는 곡선과 여백, 색채의 배색의 조화를 중요시 한다. 한식에 관한 국내 선행 연구로는 (Kim SH · Kim SH 2013)의 미각 이미지와 푸드 스타일링(Food styl-

ing) 디자인의 연관성 연구-잡지에 나타난 한식메뉴 색채를 중심으로에 관한연구가 수행되었다. 또한 한식에 관한 국외 선행 연구로는(Woomi Jo Phillips et al. 2012)의 한식에 대한 인식이 국가 이미지와 주관적인 지식의 태도 및 행동에 미치는 영향에 관한 연구가 수행되었다.

3) 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)

퓨전한식(korean fusion food)은 조리법이 복잡한 우리 음식의 단점을 보완하여 현대화된 퓨전 컨셉의 맛과 멋을 한층 업그레이드한 음식이다. 즉, 동서양 식문화와 우리 음식이 접목되어 우리 음식의 전통을 이어가면서 변화하는 현대인의 입맛에 맞춰 새로운 우리 음식으로 현대적으로 재창조되어 우리 음식 전통 한식과 한식의 한 단계 진화한 과정을 나타내는 음식이다(Kang HJ 2013). 이러한 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)은 한국적인 미와 맛을 바탕에 두고 동서양의 식재료, 기물과 요리 기법 및 푸드 스타일링(Food styling) 형식이 융합된 푸드 스타일링(Food styling)으로 가니쉬로 곁들여지는 소스 장식과 여러 가지 토핑과 심플한 기물류 조화로 음식에 모던 디자인을 더한 아트 요리 연출 기법으로 눈으로 맛을 느낄 정도의 음식 색채 조화가 현대적이고 모던한 푸드 스타일링(Food styling)이다. 현재 국내 외식 업체에서 한식 세계화를 위한 현대적인 푸드 스타일링(Food styling)(초록 바구니 www.echorok.co.kr)제시와 한식 식재료에 모던 요리 푸드 스타일링(Food styling)을 접목한 한식(정식당 <http://jungsik.kr/>)을 선보이고 있다. 퓨전 한식에 관한 국내 선행 연구로는 (Kang HJ 2013)의 퓨전한식메뉴의 선호도 및 만족도 요인에 관한 연구가 수행되었다. 또한 퓨전 요리 관련 국외 선행 연구로는 (US News and World Report, 1999)의 인도의 향신료 맛과 서양 요리가 혼합된 새로운 퓨전 요리에 관한 연구가 수행되었다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구 자료

본 연구의 조사 대상은 2013년 8월28일부터 2013년 9월29일에 걸쳐 무작위로 퓨전 한식 레스토랑 2곳(초록 바구니(서울) www.echorok.co.kr 더반(대구)blog.naver.com/bobsongs/)을 선정하여 방문 고객을 대상으로 설문지를 배포하여 조사하였다. 설문지는 현재 레스토랑 종사원을 조사원으로 활용하였으며, 고객들이 직접 기입하는 자기기입법(self-administered questionnaire survey method)을 시행하였다. 총 200부 배포하여 161부의 설문지를 회수하여 불성실하거나 다수문항에 응답을 하지 않은 11부를 제외한 150부를 본 연구 분석에 이용하였다.

2. 분석 방법

수집된 연구 자료의 통계처리는 SPSS 21.0프로그램을 이용하여 조사 대상자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도 분석(Frequency),퓨전한식의 푸드스타일링 속성에 대한 요인을 도출하기 위하여 주축요인추출 분석을 통한 베리맥스 회전 방식을 이용한 탐색적 요인 분석(Factor analysis) 및 내적 일관성을 파악하기 위해 신뢰도 분석(Reliability analysis: cronbach's alpha), 도출된 요인들에 대한 고객만족도, 재방문 의도, 추천 의사에 미치는 영향력을 검증하기 위한 단순 및 다중 회귀 분석(Simple & multiple regression analysis) 등의 통계 분석 기법을 이용 하였다.

3. 연구 모형 및 가설

본 연구는 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 영향을 파악 하기위해 푸드 스타일링(Food styling) 속성과 고객만족도 Kim BH(2010)과 Ryu MH(2009)의 선행 연구를 기준으로 하였으며, 재방문 의도 및 추천 의사는 Jang KS(2007) · Kim YH(2013) · Seun SH(2006)의 선

행 연구를 중심으로 하였다. 따라서 선행 연구를 토대로 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음의 연구 가설 및 연구 모형을 설정 하였다.

- H1 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)이 고객만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)이 재방문 의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H3 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)이 추천 의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H4 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)이 고객만족도가 재방문 의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H5 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)이 고객만족도가 추천 의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H6 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)이 재방문 의도가 추천 의사에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

1) 푸드 스타일링(Food styling)

푸드 스타일링(Food styling)은 퓨전한식 레스토랑에서 제공되는 퓨전한식 푸드 스타일링(Food

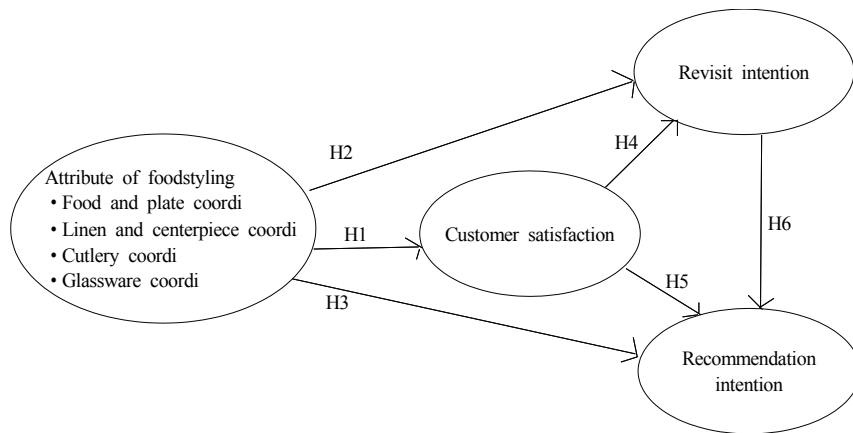
styling)에 대한 전반적인 고객의 시각적인 느낌 또는 이미지 인식 정도로 정의 한다. Kim BH(2010),Ryu MH(2009)등에서 사용된 척도를 토대로 수정. 보완하여 25문항에 대하여 리커트 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용 하여 측정 하였다.

2) 고객만족도

고객만족도는 퓨전한식 레스토랑에 방문한 고객들의 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 전반적 만족 정도로 정의 한다. Kim BH(2010),Ryu MH(2009)등에서 사용된 척도를 토대로 수정. 보완하여 6문항에 대하여 리커트 5점 척도(1=전혀 만족하지 하지 않는다, 5=매우 만족 한다)를 사용 하여 측정 하였다.

3) 재방문 의도

재방문 의도는 고객이 퓨전한식 레스토랑의 제품이나 서비스를 재 구매하고자 하는 의도로 정의 한다. Jang KS(2007), Kim YH(2013)등에서 사용된 척도를 토대로 수정, 보완하여 3문항에 대하여 리커트 5점 척도(1=전혀 방문 의사 없다, 5=방문 의사 매우 크다)를 사용 하여 측정 하였다.



<Fig. 1> Research Model

4) 추천 의사

추천 의사는 해당 퓨전한식 레스토랑에 대하여 타인에게 알리고자 하는 긍정적 의지로 정의 한다. Jang KS(2007), Seun SH(2006)등에서 사용된 척도를 토대로 수정, 보완하여 3문항에 대하여 리커트 5점 척도(1=전혀 추천 의사 없다, 5=추천 의사 매우 크다)를 사용 하여 측정 하였다.

(40.0%), 여성이 90명(60.0%)으로 나타났으며, 연령 별로는 10대가 8명(5.3%), 20대가 43명(28.7%), 30대가 51명(34.0%), 40대가 29명(19.3%), 50대 이상은 19명(12.7%)를 차지 하였다. 학력 수준 별로는 국졸(재) 1명(0.7%), 중졸(재) 3명(2.0%), 고졸(재)12명(8.0%), 전문대졸(재) 34명(22.7%), 대학교졸(재)이상 100명(66.7%)으로 나타났다. 직업 별로는 학생은 26명(17.3%), 전문직, 사무직은 66명(44.0%), 생산직, 노무직은 11명(7.3%), 자영업은 22명(14.7%), 기타는 25명(16.7%)으로 나타났다. 월 소득 수준 별로는 100만원 미만은 16명(10.7%), 200만원 미만은 30명(20.0%), 300만원 미만은 26명(17.3%), 300만원 이상은 40명(26.7%) 기타는 38명(25.3%)으로 나타났다.

IV. 분석 결과

1. 표본의 특성

본 조사 대상자(표본)의 인구통계학적 특성을 분석하기 위하여 빈도 분석(Frequency)를 실시한 결과는 <Table 1>과 같다.

성별로는 응답자 총150명중 남성이 60명

<Table 1> General characteristics of the subjects

(N=150)

Variable Group		N	%
Gender	Male	60	40.0
	Female	90	60.0
Age(yr)	10s(10~19)	8	5.3
	20s(20~29)	43	28.7
	30s(30~39)	51	34.0
	40s(40~49)	29	19.3
	50s or older	19	12.7
Education	Primary school degree	1	0.7
	Middle school degree	3	2.0
	High school degree	12	8.0
	Two-year college degree	34	22.7
	Bachelor's degree or above	100	66.7
Job	Student	26	17.3
	Professional or clerk	66	44.0
	Worker or labor	11	7.3
	Self-employed	22	14.7
	Others	25	16.7
Monthly income(10,000 won)	100 or less	16	10.7
	200 or less	30	20.0
	300 or less	26	17.3
	300 or more	40	26.7
	Others	38	25.3

2. 측정변수의 타당성 및 신뢰성 검증

1) 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 요인 분석 및 신뢰도 분석

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 영향을 분석하기 위하여 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성에 대한 요인을 도출하기 위하여 주축요인추출을 통한 베리맥스 회전 방식을 이용한 요인 분석(Factor analysis), 도출된 각 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인에 대한 신뢰도 분석(Cronbach alpha) 등 통계 분석 기

법을 이용한 분석 결과는 <Table 2>와 같다.

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성의 KMO값은 0.918, Bartlett test 검증은 3.951.966 일때 유의 확률 0.000으로 나타나 요인 분석을 위한 기본 과정은 만족되었다고 할 수 있다. 각 요인을 구성하고 있는 항목들에 대한 요인 적재량 (Factor loading)이 모두 0.40 이상을 상회하고 있어 타당성이 확보 되었다고 할 수 있다. 또한 측정 척도의 25개 항목중 고유치 (Eigenvalues)가 1.0이상인 4개의 요인으로 추출 되었다. 이는 전체 분산 설명력(Total variables %)이 70.966%를 설명하고 있다. 요인 분석 결과, 요인명은 음식식기 코

<Table 2> Factor analysis and reliability analysis on Korean fusion cuisine

Factor variable	Factor loadings	Eigen value	Explanatory variable	Reliability
1.Food and plate coordi				
Color of food	0.668			
Presentation of food	0.668			
Arrangement of food	0.671			
Harmony of food and garnish	0.666			
Harmony of food material colors	0.784	5.190	20.761	0.916
Harmony of colors of plates and food	0.670			
Harmony of shapes of plates and food	0.665			
Harmony of sizes of plates and food	0.629			
Harmony of material of plates and food	0.524			
2.Linen and centerpiece coordi				
Harmony of colors of linen and food	0.617			
Harmony of shapes of linen and food	0.760			
Harmony of sizes of linen and food	0.793			
Harmony of material of linen and food	0.814			
Harmony of colors of centerpieces and food	0.814	6.111	24.443	0.955
Harmony of shapes of cutlery and food	0.827			
Harmony of sizes of centerpieces and food	0.848			
Harmony of material of centerpieces and food	0.831			
3.Cutlery coordi				
Harmony of colors of cutlery and food	0.805			
Harmony of shapes of cutlery and food	0.733			
Harmony of sizes of cutlery and food	0.782	3.503	14.011	0.950
Harmony of material of cutlery and food	0.755			
4.Glassware coordi				
Harmony of colors of glassware and food	0.653			
Harmony of shapes of glassware and food	0.761			
Harmony of sizes of glassware and food	0.785	2.938	11.751	0.948
Harmony of material of glassware and food	0.667			
Total variable(%): 70.966 KMO: 0.918		Bartlett's test:	3.951.966***	

디오인, 린넨 센터피스 코디요인, 커트러리 코디 요인, 글라스 코디요인 으로 명명 되었다.

2) 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사 요인 분석 및 신뢰도 분석

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 영향을 분석하기 위하여 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 대한 요인을 도출하기 위하여 주축요인추출을 통한 베리맥스 회전 방식을 이용한 탐색적 요인 분석(Factor analysis), 도출된 각 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사 요인에 대한 신뢰도 분석(Cronbach alpha)등 통계 분석 기법을 이용한 분석 결과는 <Table 3>과 같다.

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도의 KMO값은 0.858, Bartlett test 검증은 537.510 일때 유의 확률 0.000으로 나타나 요인 분석을 위한 기본과정은 만족되었다고 할 수 있다. 각 요인을 구성하고 있는 항목들에 대한 요인 적재량(Factor loading)이 모두 0.40 이상을

상회하고 있어 타당성이 확보 되었다고 할 수 있다. 또한 측정 척도의 6개 항목 중 고유치(Eigenvalues)가 1.0이상인 1개의 요인으로 추출 되었다. 이는 전체 분산 설명력(Total variables %)이 59.877%로 나타났다.

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 재방문 의도의 KMO값은 0.748, Bartlett test 검증은 261.212 일때 유의 확률 0.000으로 나타나 요인 분석을 위한 기본과정은 만족 되었다고 할 수 있다. 각 요인을 구성하고 있는 항목들에 대한 요인 적재량(Factor loading)이 모두 0.40 이상을 상회하고 있어 타당성이 확보 되었다고 할 수 있다. 또한 측정 척도의 3개 항목 중 고유치(Eigenvalues)가 1.0이상인 1개의 요인으로 추출 되었다. 이는 전체 분산 설명력(Total variables %)이 73.725%로 나타났다.

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 추천 의사의 KMO값은 0.768, Bartlett test 검증은 380.207 일때 유의 확률 0.000으로 나타나 요인 분석을 위한 기본과정은 만족 되었다고 할

<Table 3> Factor analysis and reliability analysis of customer satisfaction, revisit intention and recommendation intention

Factor variables	Factor loadings	Eigen value	Explanatory variable	Reliability
1.Customer's Satisfaction				
Harmony of food and colors	0.604			
Harmony of food and plates	0.742			
Harmony of food and linen	0.804			
Harmony of food and centerpieces	0.845	3.593	59.877	0.897
Harmony of food and cutlery	0.825			
Harmony of food and glassware	0.798			
Total variable(%): 59.877	KMO: 0.858	Bartlett's test:	537.510***	
2. Revisit intention				
I intend to revisit.	0.866			
I have the intention to revisit even though the price of food would increase in the future.	0.827	2.212	73.725	0.891
I have the intention to revisit this restaurant when I eat out.	0.882			
Total variable(%): 73.725	KMO: 0.748	Bartlett's test:	261.212***	
3. Recommendation intention				
I would recommend this restaurant to others.	0.928			
I would recommend this restaurant to others.	0.912	2.492	83.066	0.935
I would recommend this restaurant to my acquaintances.	0.894			
Total variable(%): 83.066 KMO: 0.768		Bartlett's test:	380.207***	

수 있다. 각 요인을 구성하고 있는 항목들에 대한 요인 적재량(Factor loading)이 모두 0.40 이상을 상회하고 있어 타당성이 확보 되었다고 할 수 있다. 또한 측정 척도의 3개 항목 중 고유치(Eigenvalues)가 1.0이상인 1개의 요인으로 추출되었다. 이는 전체 분산 설명력(Total variables %)이 83.066%로 나타났다.

4. 가설 검증

1) 가설 1,2,3의 검증

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성에 대한 요인 분석(Factor analysis)에서 도출된 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인들에 대한 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 영향력을 검증하기 위한 다중 회귀 분석(multiple regression analysis)통계 분석 기법을 이용한 분석 결과는 <Table 4>와 같다.

첫째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 요인이 고객만족도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인을 독립 변수로 하고 고객만족도 요인을 종속 변수로 한 분석 결과, 회귀 모형은 F값이 59.250(p=0.000)이며 R²는 0.620(Adj R²=0.610)로 나타나 62.0% 모형 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀 계수에 대한 T검정 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 4개 하위 척도중 린넨 센터피스코디(β=0.553), 음식식기 코디(β=0.447), 글라스 코디(β=0.302), 커터러리 코디(β=0.266)순으로 나타났다. 이러한 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인이 고객만족도에 유의한 영향을 미친다는 가설 1은 만족한다.

둘째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 요인이 재방문 의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)속

<Table 4> The influence of Korean fusion cuisine on customer satisfaction, revisit intention and recommendation intention

Factor Variables	B	β	T-value	P-value	VIF
Customer satisfaction					
(Variable)	-6.981E-017	-	0.000	1.000	
Food and plate coordi	0.447	0.458	8.934	0.000	1.004
Linen and centerpiece coordi	0.553	0.544	10.632	0.000	1.002
Cutlery coordi	0.266	0.269	5.240	0.000	1.005
Glassware coordi	0.302	0.308	5.995	0.000	1.006
R ² : 0.620 Adj R ² : 0.610	F-value:	59.250	P:0.000***		
Revisit intention					
(Variable)	-8.760E-017	-	0.000	1.000	
Food and plate coordi	0.305	0.312	4.232	0.000	1.004
Linen and centerpiece coordi	0.299	0.293	3.986	0.000	1.002
Cutlery coordi	0.144	0.144	1.958	0.052	1.005
Glassware coordi	0.177	0.180	1.958	0.052	1.006
R ² : 0.217 Adj R ² : 0.196	F-value:	10.066	P:0.000***		
Recommendation intention					
(Variable)	-2.166E-016	-	0.000	1.000	
Food and plate coordi	0.368	0.383	5.533	0.000	1.004
Linen and centerpiece coordi	0.365	0.365	5.284	0.000	1.002
Cutlery coordi	0.154	0.159	2.292	0.023	1.005
Glassware coordi	0.159	0.165	2.379	0.019	1.006
R ² : 0.308 Adj R ² : 0.289	F-value;	16.148	P:0.000***		

*P<0.05, ***p<0.001 수준에서 유의

성 요인을 독립 변수로 하고 재방문 의도 요인을 종속 변수로 한 분석 결과, 회귀 모형은 F값이 10.066(p=0.000)이며 R²는 0.217(Adj R²=0.196)로 나타나 21.7% 모형 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀 계수에 대한 T검정 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링 속성 4개 하위 척도중 음식식기 코디(β=0.305), 린넨 센터피스코디(β=0.299)순으로 나타났다. 그러나, 글라스 코디(β=0.177)과 커터러리 코디(β=0.144)는 유의 수준 0.05 수준에서 유의 하지 않은 것으로 나타났다지만, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인이 재방문 의도에 미친다는 가설 2의 회귀 모형은 유의 수준 0.05 보다 낮게 나타나 (p=0.000)통계적으로 유의 하다고 할 수 있다.

셋째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 요인이 추천 의사에 미치는 영향을 파악하기 위하여 퓨전한식 푸드 스타일링 (Food styling)속성 요인을 독립 변수로 하고 추천 의사 요인을 종속 변수로 한 분석 결과, 회귀 모형은 F값이 16.148 (p=0.000)이며 R²는 0.308(Adj R²=0.289)로 나타나 30.8% 모형 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀 계수에 대한 T검정 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 4개 하위 척도중 음식식기 코디(β=0.368), 린넨 센터피스코디(β=0.365), 글라스 코디(β=0.159), 커터러리 코디(β=0.154)순으로 나타났다. 이러한 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인이 추천 의사에 영향을 미친다는 가설 3은

유의하게 만족 되었다.

2) 가설 4,5 검증

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인 분석(Factor analysis)에서 들출된 고객만족도 요인들에 대한 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 영향력을 검증하기 위한 단순 회귀 분석(Simple regression analysis)통계 분석 기법을 이용한 분석 결과는 <Table 5>와 같다.

첫째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인이 재방문 의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인을 독립 변수로 하고 재방문 의도 요인을 종속 변수로 한 분석 결과, 회귀 모형은 F값이 112.222(p=0.000)이며 R²는 0.431(Adj R²=0.427)로 나타나 43.1% 모형 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀 계수에 대한 T검정 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도(β=0.661)나타났다. 이러한 결과, 퓨전한식의 푸드스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인이 재방문 의도에 영향을 미친다는 가설 4는 만족 한다.

둘째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인이 추천 의사에 미치는 영향을 파악하기 위하여 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인을 독립 변수로 하고 추천 의사 요인을 종속 변수로 한 분

<Table 5> The influence of the customer satisfaction with Korean fusion cuisine on revisit intention and recommendation intention

Factor Variable	B	β	T-value	P-value	VIF
Revisit intention (variable)	-3.879E-017		0.000	1.000	
Customer's satisfaction	0.661	0.657	10.594	0.000	1.000
R ² : 0.431 Adj R ² : 0.427	F-값:	112.222	P:0.000***		
Recommendation intention (Variable)	-1.578E-016		0.000	1.000	
Customer satisfaction	0.693	0.705	12.088	0.000	1.000
R ² : 0.497 Adj R ² : 0.493	F-value:	146.117	P:0.000***		

***p<0.001 수준에서 유의

석 결과, 회귀 모형은 F값이 146.117(p=0.000)이며 R^2 는 0.497(Adj R^2 =0.493)로 나타나 49.7% 모형 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀 계수에 대한 T검정 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도(β =0.693)나타났다. 이러한 결과, 퓨전한식의 푸드스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도 요인이 추천 의사에 영향을 미친다는 가설 5는 만족 한다.

3) 가설 6 검증

퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 재방문 의도 요인 분석(Factor analysis)에서 돌출된 재방문 의도 요인들에 대한 추천 의사에 미치는 영향력을 검증하기 위한 단순 회귀 분석(Simple regression analysis)통계 분석 기법을 이용한 분석 결과는 <Table 6>과 같다.

첫째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 재방문 의도가 추천 의사에 미치는 영향을 파악하기 위하여 퓨전한식의 푸드스타일링에 대한 재방문 의도 요인을 독립 변수로 하고 추천 의사 요인을 종속 변수로 한 분석 결과, 회귀 모형은 F값이 382.812(p=0.000)이며 R^2 는 0.721(Adj R^2 =0.719)로 나타나 72.1% 모형 설명력을 보이고 있다. 또한 회귀식에 투입된 변수들의 회귀 계수에 대한 T검정 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 재방문 의도(β =0.661) 나타났다. 이러한 결과, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 재방문 의도 요인이 추천 의사에 영향을 미친다는 가설 6은 만족 한다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 현재 국내 외식업체들이 우리 음식 전통 한식과 한식을 바탕으로 메뉴 개발, 출시한 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사 등을 한국인 대상으로 분석하여 퓨전한식 레스토랑의 퓨전한식 활성화 방안을 위한 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적 마케팅 전략 제시, 우리 음식의 활성화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 마케팅 전략 제시, 우리 음식의 세계화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적인 마케팅 전략에 관한 방안 제시를 한다. 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)속성 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천의사에 미치는 회귀 분석에서 음식식기 코디요인, 런넨 센터피스요인, 커트러리 코디요인, 글라스 코디요인에서 모두 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)속성 요인이 고객만족도, 재방문의도 및 추천의사에 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 푸드 스타일링(Food styling)속성 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 영향을 미친다는 Seo HJ(2011)의 연구 결과와 일치 한다.

둘째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)고객만족도가 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 회귀 분석에서 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)고객만족도가 재방문 의도 및 추천 의사에서 모두 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

<Table 6> The influence of revisit intention on recommendation intention

Factor Variable	B	β	T-value	P-value	VIF
Recommendation intention (Variable)	-1.328E-016		0.000	1.000	
Revisit intention	0.830	0.849	19.566	0.000	1.000
R^2 : 0.721 Adj R^2 : 0.719	F-value:	382.812	P:0.000***		

***p<0.001 수준에서 유의

이것은 Kim YH(2013)의 연구 결과와 일치 한다.

셋째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 재방문 의도가 추천 의사에 미치는 회귀 분석에서 재방문 의도가 추천 의사에 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구의 실증 분석 결과를 토대로 퓨전한식 레스토랑의 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 발전화 방안을 위한 세부적인 마케팅 전략 제시, 우리 음식의 활성화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 마케팅 전략에 관하여 제언, 우리 음식의 세계화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적인 마케팅 전략 에 관하여 제언을 위한 다음과 같은 시사점을 제시 한다.

첫째, 우리 음식 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)의 활성화 방안을 위해 음식 및 식기의 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적인 마케팅 전략이 요구된다.

본 연구에서 음식식기 코디요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 영향을 높게 미치는 것으로 나타났다. 퓨전한식 레스토랑 운영자는 음식의 시각적 요소와 음식을 담은 식기의 디자인적 요소는 식감 상승 효과를 극대화에 영향을 미친다. 이를 위해 퓨전한식 레스토랑 운영자는 경쟁의 우위를 차지하기 위해 한국의 미를 담은 음식과 식기의 조화로 맛의 시각화 극대화로 지속적 경영 유지를 위한 고객 만족도, 고객 재방문, 고객 추천 의사를 이끌어 낼 수 있는 전략적인 마케팅 전략 수립이 이루어져야 한다.

둘째, 우리 음식의 활성화를 위한 현실 실현 가능한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 구체적인 마케팅 전략 수립이 요구된다.

본 연구에서 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사 모두에 영향이 미치는 것으로 나타났다. 최근 우리 나라 외식 산업은 외국의 프랜차이즈 식당이 들어 오면서 거대한 시장을 형성함에 따라 우리 식문화의 서구화 추세 영향으로 우리

고유의 전통 한식이 점차 잊혀져가고 소외되어 가고 있는 현실 이다(You KH · Jung KH 2000). 또한 우리 음식에 대한 내국인의 선호도가 떨어져 경영 수지가 갈수록 악화되고 있다 (Weekly chosun 2009). 퓨전한식 레스토랑 운영자는 경쟁력을 잃어가는 우리 고유의 전통 한식과 한식의 활성화의 현실적 대안으로 떠오른 퓨전한식에 우리 음식의 미, 멋, 맛이 담겨진 차별화되고 창의적인 푸드 스타일링(Food styling) 개발로 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사를 증진시키고 급변하는 국내외 외식 시장에서 우리 고유의 전통 한식과 한식이 능동적으로 대처 할 수 있는 경쟁력을 갖도록 하기 위한 실현 가능한 세부적인 마케팅 전략 수립이 요구된다.

셋째, 우리 음식의 세계화를 위한 푸드 스타일링(Food styling) 방안에 대한 구체적인 마케팅 전략이 이루어져야 한다.

본 연구에서 우리 음식 전통 한식과 한식 푸드 스타일링(Food styling) 및 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)에 관하여 논리적으로 고찰해 보았다. 현재 외식, 학계, 정부는 우리 음식의 세계화가 화두이다. 그러나 우리 음식 세계화에 관련하여 구체성, 논리성 있는 발전 방안을 제시하는 미비한 상황이다. 우수한 우리 음식이라 하더라도 세계 식문화와 접목과 연대가 없다면 세계인의 공감대를 이끌어 낼 수 없다, 즉, 한국적인 색채가 담긴 우리 음식을 세계인이 공감할 수 있는 세계적인 음식으로 만들기 위한 노력에 관하여 체계화, 시스템화 필요성이 요구 된다. 21세기는 글로벌 시대, 융. 복합의 시대이다. 이러한 시대적 상황에서 우리 음식이 세계적인 경쟁력을 갖추기 위해서 보다 근본적이고 체계적인 접근 방식을 모색해야 한다. 따라서 본 연구에서 우리 음식의 세계화를 위해 퓨전한식의 푸드스타일링이 우리 음식 세계화를 위한 현실적 대안이 될 수 있다는 방안을 제시 한다.

본 연구는 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 중심으로 실증연구(현장 중심) 중심

으로 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling)에 대한 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 관하여 분석 하여 퓨전한식 레스토랑의 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 발전 방안을 위한 세부적인 마케팅 전략 제시, 우리 음식의 활성화를 위한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 마케팅 전략 제시, 우리 음식의 세계화를 위한 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 세부적인 마케팅 전략 에 관한 방안을 제시 하였으나, 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인을 더욱 다양화 세분화하여 고객 만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 변수들을 이용하여 다양하고 체계적인 우리 음식 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 연구가 이루어져야 할 것이다. 둘째, 향후 연구에서는 다양한 분석법들을 이용한 퓨전한식의 푸드 스타일링(Food styling) 활성화 방안을 위한 세분화, 전문화된 마케팅 전략 수립에 관한 현실적인 조사, 분석 연구가 시행되어야 한다. 마지막으로, 한 나라의 민족 음식(ethnic food)은 전략적 경제 전략으로 우리 음식의 상품화에 관한 현실적으로 실현 가능한 마케팅 방안 수립과 학문적인 우리 음식의 세계화, 국제화를 위한 푸드 스타일링(Food styling) 관련 미래 연구가 활성화 되어야 한다. 즉, 우리 음식의 세계화를 위한 현실 실현 가능한 세부적이고 구체적인 푸드 스타일링(Food styling) 관련 미래 연구가 이루어 져야 한다. 또한, 다양한 우리 음식 푸드 스타일링(Food styling)에 관한 연구와 학문적 체계 확립에 관한 연구가 향후 이루어져야 할 것이다.

한글 초록

본 연구는 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 미치는 영향을 분석하여 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 발전과 이를 위한 마케팅 전략을 수립하는데 목적을 두고 2013년 8월 퓨전한

식 레스토랑 방문 고객을 모집단으로 하여 조사를 실시 하였으며, SPSS 21.0(Version)을 활용 하여 150부의 유효한 설문지를 최종 분석에 사용 하였다. 분석 결과, 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling)속성 요인이 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 퓨전한식 푸드 스타일링(Food styling) 속성 요인은 음식과 식기, 린넨, 센터피스, 커트러리, 글라스가 고객만족도, 재방문 의도 및 추천 의사에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구는 우리 음식의 세계화를 위한 모던한 푸드 스타일링(Food styling) 발전을 위한 방안을 제시 한다.

참고문헌

- Cho SH · Kim YT · Kim KS(2009). Effects of western menu, food styling, table ware of symphony, table styling, and food space design of hotel convention. Korean academic society of hospitality administration 18(6):71-89.
- Cho SH · Lee SM(2010). The effect of dining space design, food styling, and table decoration of hotel wedding conventions on customer satisfaction and customer loyalty. The Korean Journal of culinary Research 16(1): 239-253.
- Chun DS · Kim BH · Kang KO(2011). Recognition and utility properties of menu development derived from the preference of food styling for cooks in a super deluxe hotel. J east asian society dietary life 21(5): 771-778.
- Chorokbaguni restaurant 2013. 7. 28 www.echorok.co.kr
- Eggert, A., & Ulaga, W.(2002). Customer Perceived Value : A Substitute for Satisfaction in Business Market?. *Journal of Business & Industrial Marketing* 17(2/3),107-118.

- Jones, M., Reynolds, K., & Arnold, M.(2006). Hedonic and Utilitarian Value: Investigating Differential Effects on Retail Outcomes. *Journal of Business Research* 59, 974-981.
- Jang KS(2007). The effect where the service quality of the Korean-style food chain restaurant causes customer satisfactory re-visitation and word of mouth effect. MS thesis. Dong-Eui University 89-93.
- Jung restaurant 2014. 4. 3 <http://jungsik.kr/>
- Kang HJ(2013). A study on factors for the preference and satisfaction of the Korean fusion menu. The tourism sciences society of Korea 37(2):299-323.
- Kim JZ(2011). The effect of perceived value for Chinese tourists on their satisfaction and revisit intention to Shanghai Expo. MS thesis. Kyung Hee University 1-68.
- Kim BH · Shin MH · Kang KO(2011). A study on the recognition and satisfaction of food styling for cooks in a deluxe hotel. *The Korean Journal of Culinary Research* 17(3) : 76-88.
- Kim JW(2008). A study of visualization of the taste and colors in food styling. MS thesis. Kyonggi University 1-131.
- Kang BN(2006). Global strategy of Korean food. *Journal of Research Hyejeon College* 24(1): 5-30.
- Koo HY (2009). A study on visual approaches for the globalization of Korean food. PhD dissertation. Sungshin Women's University 1-178.
- Kim SH · Kim SH(2013). Relationship between the image of taste and the foodstyling design. *Journal of Food Service Management Society of Korea* 16(2): 119-140.
- Kang JA(2010). A study on the visual importance of the menu of Korean royal court cuisines and the selective preference. MS thesis. Sejong University 1-108.
- Kim BH(2010). Recognition of food styling and utility property of menu development for cooks in the deluxe hotel. MS thesis. Hankyong National University 47-52.
- Kim YH(2013). Effect of food styling to perceived customer value, customer satisfaction and revisit intention. MS thesis. Dong-Eui University 1-51.
- Lee YM · Kim SH(2014). The influence of food styling features on the preference for Korean dishes. *Journal of Food Service Management Society of Korea* 17(1): 219-236.
- Nicholas R. Fuller · Namson S. Lau · Gareth Denyer · Annie E. Simpson · James Gerfi · Min Wu · Andrew Holmes · Tania P. Markovic · Jae Heon Kang · Ian D. Caterson(2012). A 12-week, randomised, controlled trial to examine the acceptability of the Korean diet and its effectiveness on weight and metabolic parameters in an Australian overweight and obese population. *Obesity Research & Clinical Practice* 6(1), 71-83.
- Park EH(2007). A study on roles and techniques of foodstylist. MS thesis. Sook Myung Women's University 3-30.
- Pae, J.E.(2005). Visual effects of food styling on customer purchasing intention and price acceptability. Diss. MS Thesis.
- Ryu MH(2009). Development and validation of 'DINETOP5SCAPE' scale for the measurement of dining atmosphere display in Korean restaurants. PhD dissertation. Kyonggi University 121-146.
- Seo HJ(2011). Effects of food space design on customer satisfaction, revisit intention, and recommendation intention -Focused on food styling of Hotel's restaurants- MS thesis.

- Kyung Sung University 1-65.
- Seun SH(2006). The effect of perceived value, consumer satisfaction and behavioral intention, moderated by mood factors, on restaurant selection attributes. MS thesis. Keimyung University 79-83.
- US News and World Report INC(1999). Fusion cuisine: combining western dishes and indian flavors. 126(11), 72.
- Weekly chosun(2009). Risk of Korean food. 26 January.
- Yeom HS(2010). A development scheme for food coordination for globalization of Korean food. MS thesis. Sook Myung women's University V-19.
- You KH · Jung KH(2000). A study of selection behaviors of consumers of dining out industry. Journal of research Ulsan collge 27(1):463-481.

2014년 05월 12일 접수

2014년 06월 20일 1차 논문수정

2014년 07월 30일 2차 논문수정

2014년 08월 05일 3차 논문수정

2014년 08월 10일 논문게재확정