

## 다문화가정 여성의 닭고기 제품에 관한 관능평가 분석

김 계 웅 · 김 학 연<sup>†</sup>

공주대학교 산업과학대학 동물자원학과

### Analysis of Sensory Properties for Chicken Meat Products in Multicultural Families

Gye-Woong Kim and Hack-Youn Km<sup>†</sup>

Department of Animal Resources Science, Kongju National University, Yesan 32439, Korea

**ABSTRACT** This study was conducted to investigate the sensory properties of chicken meat products, such as color, flavor, tenderness, juiciness, taste, and so on, in multi-cultural families. Questionnaires were collected from multi-cultural families, for a total of 80 consumers. H-4, which contained 80.2% chicken meat ham out of the 5 hams was shown to score 7.00 of 10 points on the Likert scale compared to the others products ( $P<0.05$ ). Loyalty purchasing of chicken ham showed the middle level, 6.50 points ( $P<0.05$ ). Preferences for color, flavor, tenderness, juiciness and taste of chicken breast ham in South East-Asia showed higher values than those in Korea and Vietnam ( $P<0.05$ ). The preferences of *dakgalbi* for sensory properties among multi-cultural families did not show significant differences. The color preferences of chicken mixed press ham showed higher values in South East-Asia than those in Vietnam ( $P<0.05$ ). The purchase intension of chicken press ham after manufacturing was the highest, 4.12 points, for chicken meat products.

(Key words: multi-cultural families, chicken meat products, sensory properties)

## 서 론

우리 사회에서 다문화 가정은 국제결혼가정, 외국인 근로자가정, 그리고 북한이탈 주민가정 등을 말하지만, 좁은 의미에서는 국제결혼가정, 특히 한국남성과 결혼한 외국여성의 가정으로 이해되고 있다(Kim and Lee, 2009; Kim, 2014). 지금까지 국제 결혼한 여성들은 의사소통의 문제와 한국사회, 그리고 문화에 대한 적응성 부족과 생소한 식생활에도 어려움을 겪고 있으며, 한국음식에 익숙하지 않아 손쉽게 우리 식품이나 음식을 선택하기에 고충을 겪고 있는 실정이다(Kim and Lee, 2009).

새로운 문화로의 적응은 식생활의 변화를 가져오며, 이러한 변화는 향후 영양 및 건강상태에도 관련성이 높다고 볼 수 있다. 무엇보다도 결혼이주여성의 경우에는 한국 가정 내에서의 생활문화, 즉 가사 및 식사준비 등을 담당하는 경우가 많기 때문에, 이들의 식생활은 매우 자유롭지 못한 모습에 놓여 있다(So and Han, 2012). 무엇보다도 한국음식의 맛, 조리법, 식재료, 식습관 등에서 많은 어려움을 겪고 있는 것

으로 나타나고 있으며, 특히 맵고, 짜며, 향이 강한 음식에 적응하기 어려워하는 것으로 나타났다(Kim, 2013). 한국거주 동남아 노동자들의 식생활 실태에서 우리나라 식습관 적응기간이 필요하며, 주로 닭고기 제품을 즐겨 먹는 것으로 조사된 결과를 보아 그들에게 기호에 맞는 닭고기 제품 개발이 필요한 것으로 나타나고 있다(Lee and Lee, 2015).

Kim 등(2009)은 베트남 결혼이주여성들이 주체적이지 못한 식품선택과 베트남 음식을 접할 기회 부족으로 모국음식을 섭취하는 빈도가 월 1~2회 정도로 대상자의 대부분이 하루 세끼 한식을 섭취하고 있는 실정으로 보고하였고, 한국인 에너지 필요 추정량보다 낮게 섭취하는 비율이 89%에 이르며, 평균 필요량을 만족하지 못하는 사람의 비율이 50%가 넘는 것으로 나타났다. 베트남 이주여성들은 특히 에너지 섭취량이 낮고, 식사균형의 의식에서 매우 낮은 것으로 나타나고 있어서(Lyu et al., 2009), 동남아 지역에서 중요한 닭고기와 같은 동물성 식품의 섭취로 에너지 수준을 높이고, 균형 잡힌 식단관리가 요구되고 있다. So와 Han(2012)은 한국인 가정 여성의 한국식품의 선호도는 1위와 2위가 각각 김치찌

<sup>†</sup> To whom correspondence should be addressed : kimhy@kongju.ac.kr

개와 삼겹살구이, 그리고 3순위는 불고기라고 보고한 반면에, 다문화가정에 베트남 여성의 경우 1위와 2위는 찐국수와 삼겹살구이를 선호하였고, 3위는 김치라고 응답하였으며, 다문화 가정 중 한국인 남성은 김치찌개, 된장찌개, 김치, 닭고기요리 등의 순으로 한국음식을 선호하고 있었는데, 육류 가공 식품 중 소시지나 햄 등은 선호하지 않는 것으로 나타나고 있다. 그리고 국내 육가공품 소비성향조사에서 햄은 1주에 1회 정도 구입(59%)하는 소비자가 가장 많고, 소시지는 1개월에 1회 정도 구입하는 경우가 가장 많은 것(57%)으로 보였다(Yoon et al., 2001). Han 등(2011)은 여성결혼 이민자의 식생활적응 요인 및 식행동 연구에서 육류 선호도를 살펴보면, 4개국 이민자 평균 점수는 닭볶음탕, 소갈비, 돼지갈비, 불고기 등이 4.00점 내외로 비교적 선호도가 양호한 편으로 나타난 것으로 보고하였는데, 이는 다문화가족 여성들이 우리나라 육류뿐만 아니라, 닭고기햄, 소시지 등과 같은 축산물 가공식품 섭취를 비교적 잘 적응할 수 있는 올바른 장기적 식습관과 조리교육이 병행되어야할 과제라고 생각된다. 그리고 우리나라 많은 소비자들은 맛과 조직감(경도)이 육가공품의 품질을 결정하는 것으로 보고되고 있다(Sung and Rha, 1970).

본 연구는 베트남, 동남아시아 등 다문화 결혼여성을 대상으로 여러 닭고기 햄 가공품의 기호도를 조사하고, 닭고기 제품 간에 선호도 순위를 분석함으로써 장차 다문화여성에 알맞은 닭고기햄 생산 확대와 공급활로를 개척하는 자료를

얻기 위하여 실시되었다.

## 재료 및 방법

### 1. 조사대상

충남 다문화센터에서 다문화 가정을 이룬 2년 미만의 베트남 40명, 동남아시아 20명, 그리고 한국인 20명 등 총 여성 80명을 대상으로 닭고기 육가공 제품의 관능검사에 대한 기본교육을 마친 후 관능평가집단을 구성하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

조사내용으로는 첫째는 시중에 판매되는 5가지 햄류(H-1, 2, 3, 4, 5)의 만족도와 구매충성도를 조사하였다. 햄H-1은 돼지고기 90%, 햄H-2는 돼지고기 87.5%, 햄H-3은 돼지고기 86.2%, 햄H-4는 닭고기 80.2%, 그리고 햄H-5는 돼지고기 96.8%가 함유되었다. 둘째는 실험실에서 직접 제조한 닭가슴살 햄, 닭갈비, 순살혼합 닭고기프레스햄 3가지 육제품을 이용하여 색도, 향미, 연도, 다즙성, 맛 등의 관능검사와 상품화 제품의 구입 의향조사를 실시하였다. 3가지 제조 닭고기 제품의 배합비는 Table 1과 같다.

### 3. 통계처리 및 분석

시중 햄류의 만족도와 구매충성도는 리커트 척도법(Likert's scale)을 이용하여 가장 우수한 것은 10점에서 가장 열악한

**Table 1.** Formula of chicken breast, thigh and mixed press hams tested for study

Ingredients			Ingredients			Ingredients						
		Ratio (%)			Ratio (%)			Ratio (%)				
Main	Chicken breast	100.0	Main	Chicken thigh	90.0	Main	Chicken breast	50.0				
	Curing solution	Water		25.0	Water		8.5	Additive	Chicken thigh	50.0		
					NPS <sup>1)</sup>		2.0		NPS <sup>1)</sup>	8.5		
					Soy sauce		4.0		Red pepper paste	4.0	Sugar	1.5
									Red pepper powder	4.0	Phosphate	4.0
									Soy sauce	4.0	Onion powder	4.0
									Sugar	4.0	Ginger powder	4.0
Garlic	4.0	Garlic powder	4.0									
Mixed spice	1.2	Cabbage	10.0	White pepper	4.0							
Phosphate	0.3	Sweet potato	7.5	Mixed spicy	10.0							
		Perilla leaf	1.2									

<sup>1)</sup> NPS: Nitrite pickling salt.

것은 1점, 그리고 닭고기로 만든 육제품의 기호도와 상품화 제품의 구입 의향은 각각 가장 우수한 것은 5점에서 가장 열악한 것은 1점으로 평가 후 표기하여 산술적 평균과 표준편차를 구하였다. 또한 집단의 평균치 간의 차이는 *t*-test와 다중검정법(Duncan's multiple range test)으로 유의성을 검정하여 분석하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 시중 햄류의 관능적 만족도와 구매충성도

다문화가정 여성에게 설문한 시중에서 시판되는 햄 5종류의 관능적 만족도와 구매 충성도 결과는 Table 2와 같다. 시중 햄의 관능적 만족도의 평균점수는 햄H-1과 햄H-3가 각각 7.40과 7.50점으로 가장 우수한 만족도를 나타내었으며, 햄H-2와 햄H-5는 각각 5.80과 5.20점으로 가장 낮았다( $P<0.05$ ). 이와 같이 햄H-3가 관능적으로 우수한 만족도를 보인 것은 콜라겐이나 마늘농축액을 첨가하여 은은한 향기와 맛을 증진시킨 것으로 사료된다.

구매 충성도는 햄H-3가 평균 7.20점으로 유의하게( $P<0.05$ ) 가장 높은 결과를 보였으나, 햄H-2와 햄H-5는 각각 4.70점과 3.80점으로 가장 낮은 구매 충성도를 보였다( $P<0.05$ ). 햄H-3 제품이 높은 구매 의향을 보인 것은 관능 만족도에서 높은 평

**Table 2.** Sensory acceptability and loyalty of different hams at markets in multi-cultural families

Hams <sup>1)</sup>	Items	Sensory acceptability	Loyalty
H-1		7.40±0.47 <sup>a,2)</sup>	6.70±0.65 <sup>ab</sup>
H-2		5.80±0.71 <sup>b</sup>	4.70±0.44 <sup>c</sup>
H-3		7.50±0.84 <sup>a</sup>	7.20±0.54 <sup>a</sup>
H-4		7.00±0.48 <sup>a</sup>	6.50±0.49 <sup>c</sup>
H-5		5.20±0.40 <sup>b</sup>	3.80±0.52 <sup>d</sup>

<sup>1)</sup> H-1: pork 90.0% + sundry salt + non-sodium nitrite.  
 H-2: pork 87.5% + refined salt + corn starch + collagen + sodium nitrite.  
 H-3: pork 86.2% + collagen + garlic 0.11% + wine 0.13% + sodium nitrite.  
 H-4: chicken 80.2% + milk powder + non sodium nitrite.  
 H-5: pork 96.8% + refined salt + sodium nitrite.

<sup>2)</sup> Means and standard deviations by Likert's scale (10=very excellent, 1=very poor).

<sup>ab</sup> Values with the different superscripts are significantly different ( $P<0.05$ ).

가를 받은 것과 같이 마늘, 콜라겐 등의 첨가가 여전히 작용한 것으로 판단된다.

이러한 닭고기 육가공품의 높은 만족도는 Cho 등(2003)이 1주 2회 정도 구입한다는 높은 빈도, 그리고 Yoon 등(2001)이 햄은 59%가 1주에 1회 이상 높은 빈도로 구입한다는 보고와 유사한 결과를 보였다.

### 2. 다문화가정의 닭가슴살 햄 기호도

다문화가정 여성의 닭가슴살 햄 기호도 결과는 Table 3과 같다. 색도의 기호도는 다문화가정 간에 유의한 차이( $P<0.05$ )를 보였다. 동남아시아인과 한국인이 각각 평균 3.95점과 3.93점으로 가장 높은 기호도를 보였으나, 베트남인은 평균 3.13점으로 가장 낮은 수준의 기호도를 나타냈다. 향미의 기호도는 다문화가정 간에 유의한 차이( $P<0.05$ )를 나타냈는데, 동남아시아인의 평균이 4.03점으로 가장 우수하게 높은 기호도를 보였고, 그 다음은 한국인이 4.00점, 그리고 베트남인이 평균 3.24점으로 가장 낮은 기호도를 보였다. 연도에서는 다문화가정 간에 유의한 차이( $P<0.05$ )를 나타냈는데, 동남아시아인과 한국인의 평균기호도가 각각 3.74점과 3.71점으로 보통이상으로 평가했으나, 베트남인은 평균 3.11점으로 가장 낮은 연도를 보였다. 다즙성의 기호도는 3그룹 간에 유의한 차이가 없이 동남아시아인의 평균이 3.68점으로 약간 높은 다즙성 기호도를 보였으나, 베트남인은 3.24점으로 낮은 경향을 보였다. 그리고 맛은 다문화가정 간에 유의한 차이를 보였다( $P<0.05$ )이며, 동남아시아인의 맛의 평균이 4.11점으로 가장 높은 기호도를 보였다. 그러나 한국인은 3.64점으로 중간 수준이었고, 베트남인의 평균은 3.37점으로 가장 낮은 기호도로 평가했다. 이러한 결과는 Cho 등(2003)이 한국주부들은

**Table 3.** Preferences of chicken breast ham in multi-cultural families

Items	Korean	Vietnamese	S. East-Asian
Colour	3.93±1.19 <sup>a,1)</sup>	3.13±0.88 <sup>b</sup>	3.95±1.18 <sup>a</sup>
Flavour	4.00±1.12 <sup>a</sup>	3.24±0.89 <sup>b</sup>	4.03±1.19 <sup>a</sup>
Tenderness	3.71±1.20 <sup>a</sup>	3.11±1.02 <sup>b</sup>	3.74±1.16 <sup>a</sup>
Juiciness	3.36±1.20	3.24±0.93	3.68±1.12
Taste	3.64±1.25 <sup>ab</sup>	3.37±0.90 <sup>b</sup>	4.11±1.04 <sup>a</sup>

<sup>1)</sup> Means and standard deviations by Likert's scale (5=very excellent, 1=very poor).

<sup>ab</sup> Values with the different superscripts are significantly different ( $P<0.05$ ).

외관이나 제품명보다는 맛(taste)으로 제품을 선택하는 경우가 가장 많다(71.93%)고 보고한 결과와 비슷한 경향으로 나타났다. So와 Han(2012)이 베트남과 한국여성의 식품선호도 조사 중 최고의 구입요인은 맛으로 각각 34.6%와 50.0%로 응답한 보고는 본 연구와 유사한 양상을 보였다.

3. 다문화가정 여성의 닭갈비 기호도

한국인, 베트남인 및 동남아시아인 등 다문화가족 여성을 대상으로 닭갈비의 기호도를 나타낸 결과는 Table 4와 같다. 색도의 기호도는 동남아시아인이 평균 4.10점으로 가장 높고, 베트남인은 3.85점으로 가장 낮은 경향을 보였으나, 유의한 차이는 없었다. 향미는 동남아시아인의 평균이 4.15점으로 가장 높은 경향이었고, 그 다음은 한국인 4.00점, 베트남인 3.93점 순이었으나, 유의한 차이는 보이지 않았다. 연도의 기호도는 한국인이 3.67점으로 가장 낮은 경향이었고, 베트남인과 동남아시아인은 각각 3.98점과 3.95점으로 서로 유사한 기호도로 평가하였으며, 유의적인 차이는 없었다. 다즙성은 유의성 없이 동남아시아인의 평균이 4.00점으로 비교적 높은 기호도를 보였으나, 한국인은 3.67점으로 낮은 경향을 나타냈다. 그리고 맛은 동남아시아인이 평균 4.10점으로 가장 높은 경향을 보였고, 한국인의 평균은 3.72점으로 낮은 기호도의 경향으로 나타났으나, 유의한 차이는 없었다. So와 Han(2012)은 다문화가정의 베트남 여성은 맛과 건강을 중시하여 음식을 선택하고, 쌀국수와 후라이드 치킨을 즐겨 먹는 것으로 보고하였는데, 이는 아직도 모국 음식에 대한 식습관에 기인한 것으로 사료된다. 이와 같이 풍미나 맛의 우월성이 높은 기호도는 Lee 등(2015)이 동남아시아 여성은 한국음식 중 불고기, 돼지갈비, 닭찜 등과 같은 한국양념 조리요리와 매콤한 고추장 맛을 첨가한 식품을 선호한다는 보고와 유사한 경향을 보였다.

Table 4. Preferences of dakgalbi in multi-cultural families

Items	Korean	Vietnamese	S. East-Asian
Colour	4.06±1.27 <sup>1)</sup>	3.85±1.12	4.10±1.15
Flavour	4.00±1.10	3.93±1.03	4.15±1.09
Tenderness	3.67±1.27	3.98±1.11	3.95±1.11
Juiciness	3.67±1.04	3.85±1.10	4.00±1.01
Taste	3.72±1.19	4.00±1.05	4.10±1.06

<sup>1)</sup> Means and standard deviations by Likert's scale (5=very excellent, 1=very poor).

4. 순살혼합 닭고기 프레스햄 기호도

다문화가정 여성을 대상으로 순살혼합 닭고기(닭가슴살 + 닭다리살) 프레스햄의 기호도 결과는 Table 5와 같다. 색도의 기호도는 다문화가정 간에 유의한 차이(P<0.05)를 보였다. 베트남인의 평균이 4.29점으로 높은 기호도를 보였고, 그 다음은 동남아시아인 4.10점, 그리고 한국인은 3.58점으로 가장 낮은 기호도를 나타냈다. 향미는 3개 다문화가정 간에 유의한 차이가 없었으나, 베트남인이 다소 높은 경향으로 나타났다(4.14점). 연도에서는 유의한 차이 없이 한국인, 베트남인 및 동남아시아인 평균은 4.11점에서 4.20점까지 서로 비슷한 경향을 보였다. 다즙성에서도 다문화가정 간에 평균 4.11점에서 4.20점까지 유의적인 차이 없이 서로 비슷한 수준으로 나타났다. 그리고 맛의 경우에도 3개 그룹 간에 유의한 차이 없이 비슷한 결과를 보였으나, 베트남인은 평균 4.24점으로 다소 높고, 한국인은 3.89점으로 다소 낮은 경향을 보였다. 이러한 결과를 보면, 식품 선호도에서 색도와 전체 기호도에서 중요한 요소로 작용하는 맛 등에서 한국인을 포함한 다문화 동남아시아가정에서 닭고기 순살 프레스햄이 우수한 관능적 평가를 받았다. 특히 베트남 다문화 가정에서는 한국 닭고기 육제품은 높은 선호도를 보였는데, 이러한 제품의 개발과 공급을 통하여 다문화 가정에 건전한 영양식단으로 이끌어질 수 있도록 식생활 문화정착에 각별한 관심을 가져야 할 것으로 생각된다.

5. 닭고기 가공품의 구매의향

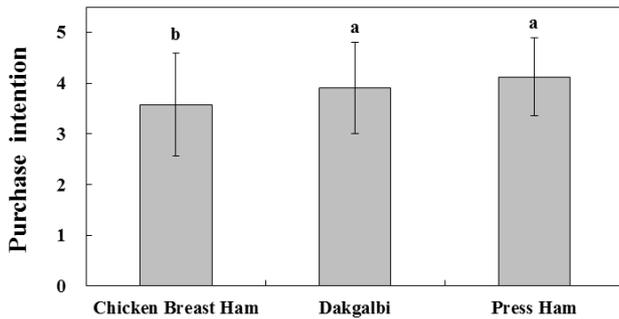
다문화 가족에서 3가지 닭고기 가공품의 구매 의향은 Fig. 1과 같다. 「닭가슴살 + 닭다리살」로 만든 닭고기 순살 프레스햄은 평균 4.12점으로 유의하게 가장 높은 구매의향을 보

Table 5. Preferences of chicken meat press ham in multi-cultural families

Items	Korean	Vietnamese	S. East-Asian
Colour	3.58±1.04 <sup>b,1)</sup>	4.29±0.73 <sup>a</sup>	4.10±0.89 <sup>a</sup>
Flavour	4.00±0.79	4.14±0.86	4.00±0.84
Tenderness	4.11±0.85	4.14±0.83	4.20±0.81
Juiciness	4.11±0.85	4.21±0.71	4.20±0.75
Taste	3.89±0.97	4.24±0.72	4.30±0.64

<sup>1)</sup> Means and standard deviations by Likert's scale (5=very excellent, 1=very poor).

<sup>ab</sup> Values with the different superscripts are significantly different (P<0.05).



**Fig. 1.** Purchase intention by different chicken meat products in multi-cultural families.

<sup>ab</sup> Values with the different superscripts are significantly different ( $P<0.05$ ).

였다( $P<0.05$ ). 그리고 닭갈비는 3.91점, 닭가슴살 햄은 3.58점 순으로 나타났다. 이렇게 「닭가슴살과 닭다리살」로 제조한 프레스햄이 씹힘성(chewiness)이 우수하여 구매의향이 높으며, 반대로 닭가슴살 햄은 씹힘성이 떨어질 뿐만 아니라, 연도(tenderness)가 너무 높기 때문에 구매의도가 낮은 것으로 생각된다. 이상의 결과를 종합하여 보면, 한국여성은 물론 다문화가정 여성 또한 닭고기의 선호도가 높고(So and Ham, 2012), 더욱이 닭고기 가공품의 선호도가 높아지는 평가결과를 바탕으로 다문화가족이 닭고기 햄제품의 올바른 조리법이나 구입선택과 같은 식생활교육이 선행되어야 할 것으로 생각된다.

## 적 요

본 연구는 다문화가정 여성 80명을 대상으로 리커트 척도법을 이용하여 닭고기 육제품(닭가슴살햄, 닭갈비, 순살혼합프레스햄)의 색도, 향미, 연도, 다즙성, 맛 등의 관능검사와 상품화 제품의 구입의향 조사를 실시하였는데, 그 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째로, 시중 햄 5종류 중 H-4(닭고기 햄)의 평균은 7.00점으로 비교적 높은 관능적 만족도를 보였다( $P<0.05$ ). 그리고 구매충성도는 5개 햄 제품 간에 유의한 차이( $P<0.05$ )를 보였는데, 닭고기햄은 평균 6.50점으로 중간 정도의 구매충성도를 보였다. 둘째는, 닭가슴살 햄의 기호도에서 색도, 향미, 연도, 다즙성 및 맛은 한국여성이나 베트남 여성보다 동남아여성이 각각 3.91점, 4.03점, 3.74점, 3.68점 및 4.11점으로 가장 높은 기호도를 보였다( $P<0.05$ ). 셋째는, 닭갈비의 색도, 향미, 연도, 다즙성 및 맛의 기호도는 다문화가정 간에 유의한 차이를 보이지 않았으나, 색도, 향미, 다즙성, 맛 등에서는 동남아 여성이 한국인 여성과 베트남 여성

보다 4.00점 이상으로 다소 높은 경향을 보였다. 넷째로, 순살 닭고기 혼합 햄의 기호도에서 색도는 동남아 여성이 평균 4.10점으로 유의하게( $P<0.05$ ) 높았으나, 향미, 연도, 다즙성, 맛 등은 다문화가정 간에 유의한 차이가 없었다. 다섯째로, 닭고기 가공품의 구매의향에서는 「닭가슴살 + 닭다리살」의 순살혼합 프레스햄이 평균 4.12점으로 다른 육제품보다 구매 의향이 높은 것으로 나타났다( $P<0.05$ ). 이상의 결과로 보면 다문화가정 여성들은 닭가슴살 햄, 닭갈비와 순살혼합 프레스햄 3가지 모두 한국인 여성에 못지않게 선호도를 높게 인식하였고, 이러한 3가지 닭고기 가공품들은 높은 상품적 가치가 인정되어 지속적 구매 충성도를 지닐 것으로 사료된다.

## REFERENCES

- Cho SH, Park BY, Chin KB, Yoo YM, Chae HS, Ahn JN, Lee JM, Yun SG 2003 Consumer perception, purchase behavior and demand on ham and sausage products. *Korean J Anim Sci & Technol* 45(2):273-282.
- Han YH, Shin WS, Kim JN 2011 Influential factor on Korean dietary life and eating behaviour of female marriage migrants. *Comparative Korean Studies* 19(1):115-160.
- Kim JM, Lee NH 2009 Analysis of the dietary life of immigrant women from multicultural families in the Daegu area. *J Korean Diet Assoc* 15(4):405-418.
- Kim SH, Kim WY, Lyu JE, Chung HW, Hwang JY 2009 Dietary intakes and eating behaviors of vietnamese female immigrants to Korea through marriage and Korean spouses and correlations of their diets. *Korean J Community Nutr* 14(1):22-30.
- Kim JM, Lee NH 2009 Analysis of the dietary life of immigrant women from multicultural families in the Daegu area. *J Korean Diet Assoc* 15(4):405-418.
- Kim YJ 2014 A study on dietary life of children in multicultural families : Focused on the elementary schools in the Daegu-Gyeongbuk area. *Korean J Study of Educational Problems* 35(2):115-174.
- Lee JS, Lee SJ, Ryu BK, Chung LN 2015 Korean food acculturation phenomena of married immigrant women and their children's eating habits. *J Korean Soc Food Cult* 30(5): 545-551.
- Lee EJ, Lee KR 2015 Comparative study on dietary life of southeast Aasian workers living in South Korea. *J Korean*

- Soc Food Cult 30(4):422-431.
- Lyu JE, Yang YJ, Lee SE, Chung HW, Kim MK, Kim WY 2009 Nutritional status of Vietnamese female marriage immigrants to Korea in relation to length of residence in Korea. *Ann Nutr Metab* 55:317-324.
- So JS, Han SN 2012 Diet-related behaviors, perception and food preferences of multicultural families with Vietnamese wives. *Korean J Community Nutr* 17(5):589-602.
- Sung SK, Rha BC 1970 Study on general consumer's concerns about meat processing products. *Korean J of Animal Sciences* 12(4):282-286.
- Yoon MH, Chang KM, Choe IS 2001 Consumption pattern of meat products in Korea. *Korean J Food Sci Ani Resour* 21(1):18-23.
- 
- Received May 20, 2016, Revised Jun. 21, 2016, Accepted Jul. 19, 2016