

# Q방법론을 활용한 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식 연구

## A Study on Subjective Recognition of Food-truck Customers Using Q Methodology

김찬우\*, 정인영\*\*

가톨릭관동대학교 호텔조리외식경영학과\*, 경기대학교 외식조리관리학과\*\*

Chan-Woo Kim(theritz\_chef@hanmail.net)\*, In-Yeong Jung(tmvlzj66@naver.com)\*\*

### 요약

본 연구는 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식을 파악하고자 푸드 트럭 이용 경험이 있는 소비자를 대상으로 Q방법론을 적용하였다. 연구의 목적은 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식구조를 유형화 하며, 그 유형들 간의 특성을 기술하고 분석하여 향후 시사점을 제시하고자 한다. 유형분석 결과, 총 4가지로 도출되었다. 제 1유형(N=10) : 푸드 트럭 존 접근성 선호 형(Food truck zone accessibility preferred type), 제 2유형(N=8) : 복합 엔터테인먼트 체험 형(Complex entertainment experience type), 제 3유형(N=9) : 메뉴 위생 중점 이용 형(Menu hygiene center use type), 제 4유형(N=3) : 패스트푸드 선호 형(Fast food preference type)으로 각 각 독특한 특징의 유형으로 분석되었다. 향후 푸드 트럭 및 외식·관광 분야에 관한 연구에서는 많은 문헌과 실증연구를 바탕으로 보다 세밀한 Q방법론적인 질문과 분석기법으로 수정·보완하여, 응답자들의 다양한 의견을 보다 구체적이며 객관적으로 분석하고자 한다.

■ 중심어 : | 푸드 트럭 | 이용고객 | Q방법론 | 주관성 연구 |

### Abstract

This study applied Q methodology to consumers who have experience using food trucks to understand subjective perception of food truck customers. The purpose of this study is to characterize the perceptual structure of food truck customers, to describe characteristics of the types and to suggest some implications. The results of the type analysis are as follows. The first type (N = 10): Food truck zone accessibility preferred type, the second type (N = 8): Complex entertainment experience type, the third type (N = 9) = 3): Fast food preference type. Future research on food trucks, restaurants, and tourism will be based on a variety of literature and empirical studies, and will be revised and supplemented with more detailed Q methodological questions and analytical techniques to analyze the various opinions of respondents in a more concrete and objective manner.

■ keyword : | Food Truck | Customers | Q Methodology | Subjectivity Research |

## 1. 서론

최근 한국의 경기는 급속한 경제 발전과 더불어 변화

라는 프레임에 갇혀 조금씩 감소하는 경제성장률에 대한 위기를 인식하지 못하였으며, 2010년 초부터 2016년 12월까지 급격히 침체되었던 경기가 점차 더딘 속도로

접수일자 : 2018년 08월 07일

수정일자 : 2018년 08월 14일

심사완료일 : 2018년 08월 14일

교신저자 : 김찬우, e-mail : theritz\_chef@hanmail.net

회복이 이루어지고 있다[1]. 이에 시간에 초점을 맞추고 생활해야 하는 현대인들은 하루 3기인 전통적 식사 패턴을 무시하고 간편함과 편리성을 추구하는 소비패턴으로 변화 되었다[2]. 특히 1인가구의 증가와 바쁜 현대인들의 소비 패턴은 그 형태와 종류에 따라 푸드 트럭, 포장마차, 리어카, 바구니 등 주변에서 쉽게 접할 수 있으며, 간편하고 편리함을 원하고 있는 추세이다. 이러한 길거리 음식은 메뉴의 다양성, 저렴한 가격, 편리성, 신속성의 특성으로 언제 어디서나 남녀노소 즐길 수 있는 대중화된 외식상품으로 발전되었다[3]. 또한 그 지역의 식재료를 활용한 고유의 음식부터 현대 조리법을 활용한 퓨전 음식까지 메뉴의 종류가 다양하게 진화되어 내국인은 물론 외국 관광객까지 즐길 수 있어 관광자원으로써의 역할도 하고 있다[4]. 푸드 트럭은 정부 차원에서 규제장관회의(2014년 4월) 이후로 경제 활성화와 청년 실업률 극복, 각종 규제 완화를 위해 적극적으로 지원하고 있으며[5], 푸드 트럭 구조변경의 합법화(2014년 7월)를 필두로, 2014년 3월 영업 허가를 받은 푸드 트럭의 수는 3대에서 2016년 4월에는 184대로 급증 했다[6]. 그 후 경제침체와 청년실업의 해결 실마리처럼 보였던 푸드 트럭은 일반 음식점과 더불어 우후죽순 생겼다 없어지는 외식산업의 문제점으로 자리매김하였다[7].

이러한 푸드 트럭의 문제점을 보완하기 위해 각 지자체에서 노력을 기울이고 있으며, 고속도로 졸음쉼터에 푸드트럭 설치를 시작으로, 정부에서는 더 많은 확산을 위해 서울시는 기존의 미 허가 노점거리를 '거리가게 특화거리 조성사업'을 시행하여, 푸드 트럭 존으로 지정하고, 유동인구가 활발한 몇 군대를 추가적으로 지정하여 순환 이동하도록 하였다[8].

정부는 '서울시 음식판매자통차 영업장소 지정 및 관리 등에 관한 조례'를 공포하고 13개의 장소에 영업을 허가했으며[9], 2015년 10월부터 시작한 여의도 한강공원의 '밤 도깨비 야시장은 국내의 대표적인 푸드 트럭 존으로 자리매김 하였다. 이어서 '용산 열정도 야시장', '홀가분 나이트 마켓' '인천 신포시장 청년 몰'등 꾸준히 확대해 나가고 있다. 푸드 트럭의 가격 또한 3,000원대에서 15,000까지 한식, 양식, 중식, 동남아 음식 등 메뉴

의 구성과 가격은 기존의 길거리 음식과는 큰 차이를 나타낸다[6]. 이렇듯 푸드 트럭 존은 단기간의 음식 축제가 아닌 하나의 문화로서 자리매김하고 있으며, 일상에서 접하기 어려웠던 음식점이 아닌 다양한 콘텐츠를 제공할 수 있는 외식산업이 되었다[10]. 더불어 기존의 푸드 트럭에 대한 연구는 푸드 트럭의 운영 및 정책, 이용 실태 등 현황 분석에 대한 연구가 대부분이며, 이용고객에 대한 연구 분석은 전무한 상황이다.

따라서 본 연구의 목적은 푸드 트럭 존을 형성하고 있는 곳을 중심으로 음식의 맛과 질, 위생, 가격, 인테리어, 입지조건 등 이용고객에 대한 주관적인 의견이나 인식 구조를 검토하여 유형별 추출이 가능한 Q방법론을 활용하여 적용하였다. 향후 새로운 발전 방향성을 제시함과 동시에 새로운 수익 모델로 주목받을 것이라 판단된다. 또한 주관적 분석 결과를 바탕으로 시사점을 제공하고자 한다.

## II. 이론적 논의 및 검토

### 1. 푸드 트럭의 이론적 배경

푸드 트럭이란 일반적인 장소를 이동하면서 음식을 판매하는 트럭을 말하며, 국외의 'WIKIPEDIA' 사전에는 음식을 판매하는 트럭을 포함한 냉동 및 냉장 식품을 판매하는 이동식 레스토랑으로 정의하고 있다[11]. 국내에서 푸드 트럭의 정의는 행정적 용어와 통상적 용어로 구분되며, 행정적 용어로는 자동차 관리법 제3조 제1항제4호에서 특수 자동차로 분류하여 '음식을 조리하여 판매, 시식용으로 제작된 자동차'라고 한다. 산업통상자원부에서는 '이동형 음식판매 화물자동차'로 규정하였으며, 식품위생법 시행규칙 제42조제1항제14호에서는 '휴게음식점영업, 일반음식점영업 및 체과점영업을 하는 데 사용되는 자동차일 것'으로 규정 하였다[12].

국토 교통부(2014)는 푸드 트럭이라는 용어를 '푸드카', '스넵카'를 비롯한 하나의 보통 명사로 확립되지 않은 상황이었으나, 규제장관회의(2014년 3월)이후 통상적으로 푸드 트럭이라는 용어로 자칭되고 있다[13].

한국관광공사(2015) 발표에 따르면 2016년 7월까지

외국인 관광객은 전년 2015년 대비 23%증가한 980만 명으로 추정 되었으며, 한국을 찾는 관광객이 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다[14]. 또한 외래 관광객 실태 조사(2015)에 의하면 외국인 관광객의 한국 방문 목적으로는 쇼핑(67.8%), 자연풍경(44.8%), 음식 및 미식탐방(42.3%)을 꼽을 정도로 문화체육관광부는 한국의 음식에 대한 관심도가 매우 높은 상황이라고 발표하였다[6].

## 2. 푸드 트럭의 선행연구 검토

푸드 트럭의 이론적 배경에서 보았듯이 정부와 지자체의 법안개정, 행사추진 및 푸드 트럭 확대방안 설립 등 다양한 방송이나 매체의 푸드 트럭 관련 사항 홍보와 지속적인 방영의 결과로 소비자들에게 푸드 트럭에 관한 인식이 증가하고 활성화 되고 있다[6]. 2014년에 합법화 된 이후, 기존 숙박·음식점에 비해 불안정한 상황이며, 2016년에 들어서도 큰 변화가 없어 푸드 트럭에 관련한 연구는 대체적으로 정책 및 제도적의 문제점 해결방안에 관련된 분석이 진행되었다.

국내 푸드 트럭 운영에 대한 탐색적 연구는 김용경(2015)를 필두로 푸드 트럭 정책의 효율적 시행을 위한 연구 박두희(2015), 푸드 트럭 사업의 경제적 특성 및 제도화 방안 최재송(2016)등 푸드 트럭에 관한 제도적인 연구가 대부분 이다[4][15][16].

문병찬(2017)의 연구에서는 푸드 트럭 이용고객의 선택속성을 분석한 연구가 이루어졌으나 이용고객의 일반적인 가치와 만족에 관한 연구는 비미한 실정이다.

최근 푸드 트럭 운영이나 이용고객의 측면이 아닌 푸드 트럭의 입지산업과 관련된 사항으로 이루어진 연구는 김형준 외 (2016)와 서울 밤 도깨비 야시장과 관련하여 푸드 트럭의 도시 비공식성을 연구로는 진혜린(2016), 푸드 트럭 자체의 평가가 아닌 문제점으로 대두되었던 푸드 트럭의 입지 규제나 도시 발전 가능성을 통한 연구가 이루어 졌다[17][18].

지금까지의 선행연구는 푸드 트럭에 관한 정부의 제도적·정책적 측면을 다루어 활성화 되지 못하는 문제점을 시사하기위한 R방법론을 적용한 연구가 대부분이었으며, 이용고객에 대한 주관적 인식에 대한 분석 연구는 전무한 실정이다. 따라서 본 연구에서 서술한 논의

를 바탕으로 Q방법론을 적용하여 푸드 트럭에 대한 이용고객의 인식에 관해 보다 객관적으로 측정하여 향후 국내 외식산업 발전에 있어 매우 의미 있는 연구라고 판단된다.

## III. 연구방법 및 설계

### 1. 연구문제

Q방법론은 그 동안 과학에서 무시되어왔던 인간의 주관적 영역으로 태도, 확신, 가치 등을 객관적으로 측정하는 방법으로 인간의 태도와 행동을 연구하기 위해 철학적, 심리학적, 통계적 그리고 심리측정과 관련된 개념을 통합한 방법론으로 인간의 주관성을 정량적으로 분석할 수 있는 특수한 통계기법이다[19].

또한 사람들의 신념, 선호, 느낌과 같은 주관적 속성을 규명하고 유사한 속성을 유형화 할 수 있는 분석방법으로 자결적 정의에 따라 연구자의 가정이 아닌 행위자의 관점에서부터 연구가 시작된다. 최근 경험주의적 방법론이 가지는 한계로 인하여 주관성 탐구의 필요성이 더욱 증대됨에 따라 Q방법론은 심리학, 간호학, 정치학, 의학, 교육학, 관광학 등 거의 모든 연구에서 적용되고 있다. 따라서 Q방법론적 분석이 본 연구에 적합하다고 판단하여 진행되었으며, 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식에 대한 연구 문제는 다음과 같다[20].

연구문제 1 : 푸드 트럭 이용고객의 주관적 구조 유형은 어떠한가?

연구문제 2 : 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식에 관한 유형들 간의 특성과 함의는 무엇인가?

### 2. 연구설계

본 연구 주제의 관점을 심층적으로 이해하기 위해 연구 중점 주제를 대상으로 인터뷰를 진행하였으며, 푸드 트럭을 이용경험이 있는 소비자를 대상으로 Q심층 조사를 실시하였다.

Q심층 조사 분석은 진술 대상자의 주관적 영역인 태도, 신념, 가치, 확신 등을 객관적으로 측정하여 경험과

생각에 따라 새로운 방식으로 진행되는 비 구조적 인터뷰로서 Grand Tour Technique 방식을 실시하였다[6].

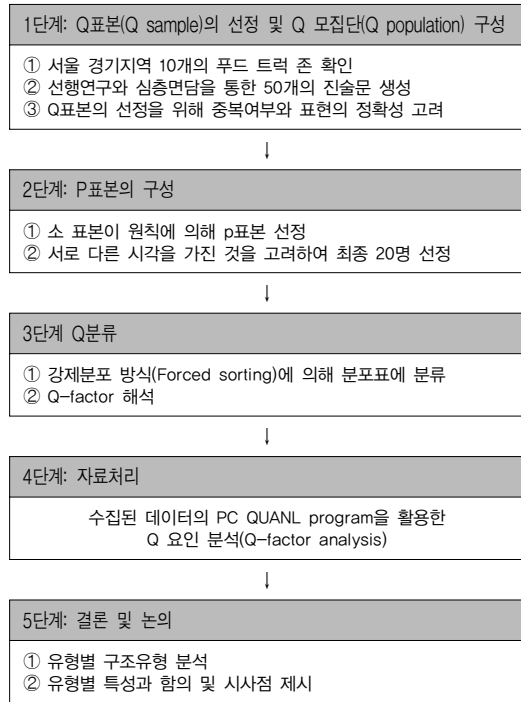


그림 1. 연구의 흐름도

### 3. Q 표본의 구성

이 연구의 Q표본은 현재 서울·경기지역 푸드 트럭 이용 경험이 있는 소비자를 대상으로 응답자들이 지니고 있는 전반적인 생각, 경험, 태도, 직업관, 의견 등을 종합하여 결과를 도출하기 위해 본 연구와 관련된 선행 연구 논문, 외식·관광 리서치, 학술서적, 전문서적 등을 포함하여 심층인터뷰를 통해 최종 약 47개의 Q-모집단(concourse)을 추출 하였다[21]. 또한 Q-Concourse에 포함된 진술문중 연구 주제에 관해 대표성이 크고 의미 있다고 판단되는 진술문을 임의로 선택하는 방법을 사용 하였다. Q표본의 데이터 수집에서 정상 분포 곡선에 따라 각 점수에 할당된 카드의 수를 미리 정해두고 진행되는 강제 분류법(Forced sorting)을 사용하였다.

따라서 본 연구에서는 Q 표본 구성을 위해 Q모집단에서 유사한 항목들의 중복을 피하고 다시 분류하여 최

종 20개의 진술문 표본을 선정하였으며, [표 1]과 같이 진술문의 내용은 다음과 같다.

표 1. Q진술문

번호	Q진술문(Q-Statements)
Q1	푸드 트럭 음식은 가격이 적당하다
Q2	푸드 트럭은 1회용품 사용으로 환경문제를 야기시킨다.
Q3	푸드 트럭 음식은 신뢰가 가지 않는다.
Q4	푸드 트럭 음식은 먹기 편리하다.
Q5	푸드 트럭 음식은 메뉴가 다양하다.
Q6	푸드 트럭 존은 접근성이 편리하다.
Q7	푸드 트럭 음식은 빨리 제공 되어서 좋다.
Q8	푸드 트럭은 조리 기구의 위생이 걱정된다.
Q9	푸드 트럭 음식은 신속·정확하다.
Q10	푸드 트럭 존은 거리가 가까워서 편리하다.
Q11	푸드 트럭 종업원의 위생 상태 청결하다.
Q12	푸드 트럭 존의 주변 경관은 분위기에 어울린다.
Q13	푸드 트럭의 디자인 및 외관이 중요하다
Q14	푸드 트럭은 무분별 하게 난립해 있다.
Q15	푸드 트럭 음식은 양이 풍부하다.
Q16	푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.
Q17	푸드 트럭 존 안내시설(안내소, 표지판)은 충분히 배치되어 있다.
Q18	푸드 트럭은 교통의 흐름에 방해 된다.
Q19	푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.
Q20	푸드 트럭 존은 전반적인 레이아웃(배치)은 이동하기에 편리 하다.

### 4. P 표본의 선정

본 연구에서는 특정한 경험이나 인구 통계학적 특성(성별, 연령, 직업, 소득수준 등)에 따라서 표본을 선정 하는 방법인 편의 표집(convenience sampling)방법을 선택하였다[19]. 표본의 특성으로부터 모집단의 특성을 추론하는 것이 아니기 때문에 P표본의 선정은 확률적 표집방법을 따르지 않는다. 또한 연구의 대상인 P 표본은 서울·경기지역 푸드 트럭 존 이용 경험이 있는 소비자를 중심으로 연구의 목적 및 절차를 설명 한 후, 조사 작업에 동의한 응답자를 중심으로 최종 30명을 샘플로 선정하였다. 또한 설문과 면담의 내용들은 자료가 공개 되지 않을 것이며, 연구 목적 이외의 사용하지 않을 것 을 약속하였다.

5. Q-sorting

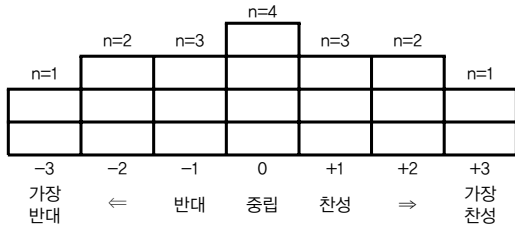


그림 2. 각 진술문의 긍정 및 부정의견 점수 분포방식

본 연구는 2018년 7월1일부터 30일 까지 자료 수집하였고, 위의 [그림 2]와 같이 Q분류의 절차로는 응답자가 P표본으로 선정된 진술문이 적힌 카드를 순서대로 읽은 후 가장 긍정적 이라고 생각되는 항목은(+), 중립(0), 가장부정이라고 생각되는 항목은(-)으로 총3개의 그룹으로 분류하고 긍정적인 진술문 중 가장 긍정하는 것을 순서대로 골라서 바깥에서부터(+3), 가운데는 중립, 가장 부정하는 것을 (-3)로 분류하여 정리하였다[표 2]. 이때 양끝에 입력된 진술문에 대해서 가장 긍정적이라고 생각되는 진술문과 가장 부정적이라고 생각되는 진술문 각각의 의견(심층인터뷰)을 따로 받아 두도록 한다. 이것은 Q-factor 해석을 위한 자료로 사용되기 때문이다.

표 2. 분포별 점수 및 진술문 수

분포	-3	-2	-1	0	1	2	3
점수	1	2	3	4	5	6	7
진술	2	3	3	4	3	2	2

IV. 연구결과 및 논의

1. 자료분석

Q방법론적 연구는 피조사자의 생각, 견해, 의견을 광범위하게 분석 할 수 있으며, 피 조사자가 연구대상에 대한 의견을 표시하고 판단 할 수 있다[22-24]. 또한 변수를 선정하고 조작적 정의를 하는 일반적인 R방법론과 비교하면 연구자의 자의적 판단이 개입될 여지는 그

만큼 줄어든다는 점에서 통찰력 있는 분석이 도출될 수 있다고 볼 수 있다[25]. 이는 Q방법론이 행위자의 시각에서 시작하여, 개개인이 느끼는 주관적인 구조에 서로 다른 유형(Type)에 대한 설명과 이해가 가능하기 때문이다[26-28]. 연구자는 푸드 트럭 이용고객에 대한 주관적인 인식에 관한 사항을 심도 있는 측정을 위해 Q방법론적으로 접근하여 연구를 시도하였다. 연구자는 진술문 작성에 필요한 종사자들의 사전 인터뷰를 통해 Q모집단(concourse)의 요소들을 구성하고, 최종적으로 진술문(Q-statement)을 작성하였다. 또한 P표본에 수집된 20명의 자료는 PC QUANL Program을 이용하여, 질문문항과 변수 혹은 대상자의 상호관계를 분석하는 Q요인분석(Q-factor analysis)을 통해 이들 사이에 구조를 파악하여 분석하였다[29][30].

표 3. P 표본의 특성과 인자가중치

유형	ID	성별	연령	직업	인자 가중치
TYPE I (N=10)	2	여	31	프리랜서	0.8512
	3	남	25	대학생	1.3054
	4	여	29	회사원	0.4349
	7	여	25	회사원	1.7913
	11	여	39	주부	1.0059
	15	여	31	프리랜서	0.7628
	20	여	25	대학생	1.5508
	21	남	34	회사원	2.1977
	24	여	32	주부	0.6564
	25	남	27	회사원	0.6507
TYPE II (N=8)	5	남	24	대학생	0.2404
	6	여	32	공무원	0.7776
	10	남	25	대학생	1.7804
	12	여	21	무직	1.4362
	13	남	25	회사원	1.4579
	17	여	29	회사원	1.5474
	22	여	26	회사원	1.4032
	23	남	25	대학생	0.9644
TYPE III (N=9)	1	여	34	주부	2.0580
	8	남	34	회사원	0.5215
	9	여	26	회사원	1.6061
	14	여	34	주부	0.4157
	19	여	32	공무원	0.4896
	26	남	24	대학생	1.9605
	27	남	34	회사원	1.1521
	28	남	28	회사원	0.1186
	30	남	33	회사원	0.9175
TYPE IV (N=3)	16	남	25	대학생	0.3358
	18	남	24	대학생	0.6759
	29	여	27	회사원	0.3488

푸드 트럭 이용고객에 대한 주관적 인식을 알아보기 위해 서울·경기지역 소비자들의 생각을 주관성유형을 살펴보기 위해 Q요인 분석결과 총 4개의 유형으로 나

타났다.

QUANL 프로그램 통계결과, 전체변량을 설명하고 있는 4개의 요인에는 각각 10명, 8명, 9명, 3명이 속하였는데, 인원수에 대한 의미는 없다. 또한 인자 가중치가 1.0 이상인 응답자는 각각 5명, 5명, 4명, 0명이 각각 속해있어 제1유형과 제2유형이 가장 큰(설명력이 높은) 인자로 나타났다. 그리고 [표 4]에서 보듯이 각 유형의 변량 크기를 나타내는 대표 아이겐 값(eigen value)은 각각 6.4461, 4.2757, 3.5803 등으로 나타났다. 이 프로그램의 분석방법으로 주인자 분석법(principal components factor matrix)을 시행하였으며, 회전은 사각회전법(oblique rotation)을 시행하여 분석 하였다[표 4].

표 4. 유형별 아이겐 값(eigen value)과 변량

	제 1유형	제 2유형	제 3유형
아이겐 값	6.4461	4.2757	3.5803
전체변량 백분율	0.2149	0.1425	0.1193
누적 빈도	0.2149	0.3574	0.4767

[표 5]는 전체 유형별간의 상관관계 계수를 나타내 주는데, 제 1유형과 제 4유형간의 상관계수는 0.337로서 가장 높았고, 그 밖의 제 1유형과 제 2유형간의 상관계수는 -0.028, 제 1유형과 제 3유형은 0.166, 제 1유형과 제 4유형은 0.337, 제2유형과 제3유형은 -0.024, 제 2유형과 제4유형은 -0.395, 제 3유형과 제 4유형은 0.145 등으로 분석 되었다. 다음 표와 같이, 각 유형 간의 관계 정도를 보여주는 것으로 4개의 유형이 전체적으로 호의적인 정적관계를 보이는 것으로 나타났다.

표 5. 전체 유형별 상관관계

	제 1유형	제 2유형	제 3유형	제 4유형
제 1유형	1.000	-	-	-
제 2유형	-.028	1.000	-	-
제 3유형	.166	-.024	1.000	-
제 4유형	.337	-.395	.145	1.000

2. 각 유형별 분석

각 유형별 특성들을 종합 하여 분석하면 각 4개의 유형으로 분석되며, 해당하는 진술문별 ±1.00이상의 표준 점수를 보인 진술문을 중심으로 각 유형의 네이밍(naming)과 그 의미를 제시하고자 한다.

1.1 제 1유형(N=10) : 푸드 트럭 존 접근성 선호 형 (Food truck zone accessibility preferred type)

아래의 [표 6]를 보면, 제 1유형에 속한 응답자 10명은 위 [표 3]에서 분석결과 인자가중치 1을 넘는 응답자의 수가 5명으로, 6번[푸드 트럭 존은 접근성이 편리하다.(Z-score= 1.50).] Q진술문에 가장 긍정적인 일치를 보이고 있으며, 16번[푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.(Z-score=-1.50)] Q진술문에 가장 부정적인 일치를 보였다. 제 1유형에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면 푸드 트럭을 이용할 때 접근성을 가장 중요하게 생각하는 “푸드 트럭 존 접근성 선호 형” 이라고 볼 수 있다.

표 6. 제 1유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문			표준 점수
긍정	6	푸드 트럭 존은 접근성이 편리하다.	1.50
	10	푸드 트럭 존은 거리가 가까워서 편리하다.	1.41
	7	푸드 트럭 음식은 빨리 제공 되어서 좋다.	1.31
	5	푸드 트럭 음식은 메뉴가 다양하다.	1.08
부정	14	푸드 트럭은 무분별 하게 난립해 있다.	-1.30
	18	푸드 트럭은 교통의 흐름에 방해 된다.	-1.30
	16	푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.	-1.50

표 7. 제 1유형의 특징을 나타내는 진술문

Type I Item Descriptions				
Item Greater Than All Other	Z-Score	A, or N. Z	Diff.	
6	푸드 트럭 존은 접근성이 편리하다.	1.313	-.163	1.476
10	푸드 트럭 존은 거리가 가까워서 편리하다.	1.411	.000	1.411
7	푸드 트럭 음식은 빨리 제공 되어서 좋다.	.403	-1.002	1.404
Item Greater Than All Other	Z-Score	A, or N. Z	Diff.	
14	푸드 트럭은 무분별 하게 난립해 있다.	-1.299	-.954	-.345
11	푸드 트럭 종업원의 위생 상태 청결하다.	-1.025	.378	-1.403

1.2 제 2유형(N=8) : 복합 엔터테인먼트 체험 형 (Complex entertainment experience type)

아래의 [표 7]을 보면, 제 2유형에 속한 8명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 5명으로, 12번[푸드 트럭 존의 주변 경관은

분위기에 어울린다.(Z-score=1.90).], 20번[푸드 트럭 존은 전반적인 레이아웃(배치)은 이동하기에 편리하다.(Z-score=1.35).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 16[푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.(Z-score=-1.55)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다. 제 2유형에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면 푸드 트럭 존을 이용 시 다양한 문화 체험을 원하는 것을 중요하게 생각하는 “복합 엔터테인먼트 체험형” 이라고 볼 수 있다.

표 8. 제 2유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문		표준 점수
긍정	12 푸드 트럭 존의 주변 경관은 분위기에 어울린다.	1.92
	13 푸드 트럭의 디자인 및 외관이 중요하다	1.80
	20 푸드 트럭 존은 전반적인 레이아웃(배치)은 이동하기에 편리하다.	1.35
	17 푸드 트럭 존 안내시설(안내소, 표지판)은 충분히 배치되어 있다.	1.14
부정	19 푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.	-1.12
	14 푸드 트럭은 무분별 하게 난립해 있다.	-1.27
	16 푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.	-1.55

표 9. 제 2유형의 특징을 나타내는 진술문

Type I Item Descriptions			
Item Greater Than All Other	Z-Score	A, or N. Z	Diff.
12 푸드 트럭 존의 주변 경관은 분위기에 어울린다.	1.924	-.867	2,790
13 푸드 트럭의 디자인 및 외관이 중요하다	1.796	-.786	2,582
17 푸드 트럭 존 안내시설(안내소, 표지판)은 충분히 배치되어 있다.	1.136	-.780	1,916
Item Greater Than All Other	Z-Score	A, or N. Z	Diff.
15 푸드 트럭 음식은 양이 풍부하다.	-1.095	-.502	-593
10 푸드 트럭 존은 거리가 가까워서 편리하다.	-.102	.505	-.607
7 푸드 트럭 음식은 빨리 제공 되어서 좋다.	-.330	.581	-.910

1.3 제 3유형(N=9) : 메뉴 위생 중점 이용형 (Menu hygiene center use type)

아래의 [표 8]을 보면, 제 3유형에 속한 9명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답

자의 수가 4명으로, 11번[푸드 트럭 종업원의 위생 상태 청결하다.(Z-score=1.76).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 19번[푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.(Z-score=-1.66)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다. 제 3유형에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면 푸드 트럭 이용 시 음식의 위생을 가장 우선적으로 생각하고 선택하는 “메뉴 위생 중점 이용형” 이라고 볼 수 있다.

표 10. 제 3유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문			표준 점수
긍정	11 푸드 트럭 종업원의 위생 상태 청결하다.		1.76
	8 푸드 트럭은 조리 기구의 위생이 걱정된다.		1.29
	16 푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.		1.24
	5 푸드 트럭 음식은 메뉴가 다양하다.		1.20
부정	17 푸드 트럭 존 안내시설(안내소, 표지판)은 충분히 배치되어 있다.		-1.31
	18 푸드 트럭은 교통의 흐름에 방해 된다.		-1.36
	19 푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.		-1.66

표 11. 제 3유형의 특징을 나타내는 진술문

Type I Item Descriptions			
Item Greater Than All Other	Z-Score	A, or N. Z	Diff.
11 푸드 트럭 종업원의 위생 상태 청결하다.	1.759	-.550	2,310
16 푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.	1.243	-.882	2,124
5 푸드 트럭 음식은 메뉴가 다양하다.	1.199	.393	.807
Item Greater Than All Other	Z-Score	A, or N. Z	Diff.
17 푸드 트럭 존 안내시설(안내소, 표지판)은 충분히 배치되어 있다.	-1.308	.035	-1,343
20 푸드 트럭 존은 전반적인 레이아웃(배치)은 이동하기에 편리하다	-1.189	.287	-1,476
19 푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.	-1.660	.548	-2,208

1.4 제 4유형(N=3) : 패스트푸드 선호형 (Fast food preference type)

아래의 [표 9]를 보면, 제 4유형에 속한 3명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 0명으로, 19번[푸드 트럭은 이용 대기시간이

짧아서 좋다.(Z-score=2.23)] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 13번[푸드 트럭의 디자인 및 외관이 중요하다(Z-score=-1.62)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다. 제 4유형에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면 푸드 트럭을 이용 다양한 메뉴를 빠른 시간에 먹을 수 있는 것을 우선적으로 중요하게 생각하는 “패스트푸드 선호 형” 이라고 볼 수 있다.

표 12. 제 4유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문		표준 점수
긍정	19 푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.	2.23
	9 푸드 트럭 음식은 신속·정확하다.	1.62
	10 푸드 트럭 존은 거리가 가까워서 편리하다.	1.21
	8 푸드 트럭은 조리 기구의 위생이 걱정된다.	1.02
부정	18 푸드 트럭은 교통의 흐름에 방해 된다.	-1.20
	12 푸드 트럭 존의 주변 경관은 분위기에 어울린다.	-1.41
	13 푸드 트럭의 디자인 및 외관이 중요하다.	-1.62

표 13. 제 4유형의 특징을 나타내는 진술문

Type I Item Descriptions				
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N. Z	Diff.
19	푸드 트럭은 이용 대기시간이 짧아서 좋다.	2.230	-.749	2.979
10	푸드 트럭 존은 거리가 가까워서 편리하다.	1.207	.069	1.138
8	푸드 트럭은 조리 기구의 위생이 걱정된다.	1.620	.564	1.056
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N. Z	Diff.
4	푸드 트럭 음식은 먹기 편리하다.	-1.015	.598	-1.613
12	푸드 트럭 존의 주변 경관은 분위기에 어울린다.	-1.415	.246	-1.661
13	푸드 트럭의 디자인 및 외관이 중요하다	-1.620	.353	-1.973

2. 일치하는 항목별 분석

표 14. 일치하는 항목과 평균 표준점수 (Consensus Items And Average Z-Scores)

Item Description	Average Z-Score
6 푸드 트럭 존은 접근성이 편리하다.	2.50
14 푸드 트럭은 무분별 하게 난립해 있다.	-1.04
16 푸드 트럭은 음식의 변질이 우려가 된다.	-1.22

(\* CRITERION = ±1.000)

이 연구에서 도출된 4개의 유형 [제 1유형(N=10) : 푸드 트럭 존 접근성 선호 형(Food truck zone accessibility preferred type), 제 2유형(N=8) : 복합 엔터테인먼트 체험 형(Complex entertainment experience type), 제 3유형(N=9) : 메뉴 위생 중점 이용형(Menu hygiene center use type), 제 4유형(N=3) : 패스트푸드 선호 형(Fast food preference type)] 이 비슷하게 동의한 Q진술문은 총 1개 항목으로 긍정적 항목 1개로 나타났다. 특히, 위 [표 10]에서 보는 바와 같이, 전체적으로 피 응답자들은 6번[푸드 트럭 존은 접근성이 편리하다.(Z-score=2.50)] 의 진술문(긍정적 일치)에 대체적으로 의견 동의를 하고 있음을 확인할 수 있다.

V. 결론

본 연구는 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식에 관한 연구로 푸드 트럭 이용 경험이 있는 소비자를 대상으로 Q방법론을 적용하여 분석하였다. 이 논문의 연구 문제는 크게 2가지로, 연구문제 1 : 푸드 트럭 이용고객의 주관적 구조 유형은 어떠한가?, 연구문제 2 : 푸드 트럭 이용고객의 주관적 인식에 관한 유형들 간의 특성과 함의는 무엇인가? 이다.

이러한 연구문제를 기반으로 하여 유형 분석결과 4가지 유형으로 도출되었다. 구체적으로, 제 1유형(N=10) : 푸드 트럭 존 접근성 선호 형(Food truck zone accessibility preferred type), 제 2유형(N=8) : 복합 엔터테인먼트 체험 형(Complex entertainment experience type), 제 3유형(N=9) : 메뉴 위생 중점 이용형(Menu hygiene center use type), 제 4유형(N=3) : 패스트푸드 선호 형(Fast food preference type)으로 각각 독특한 특징의 유형으로 분석되었다.

제 1유형은 “푸드 트럭 존 접근성 선호 형”으로 푸드 트럭을 이용 할 때 접근성이 편리한 곳을 선택하여 이용하는 것으로 나타났다. 현재 서울시의 푸드 트럭 존은 여의도와 반포, 동대문DDP, 청계천, 문화비축기지 등 총 여섯 곳에서 진행되고 있다. 최근 시장 상권에도 푸드 트럭 존이 형성 되면서 전통 시장의 새로운 마케



팅 전략을 내 새우며 변화 되고 있다. 이곳들의 특징은 유동 인구가 가장 많은 곳에 푸드 트럭 존이 형성 되어 있어 접근성과 편리성을 고려하여 이용하는 것으로 볼 수 있다.

제 2유형은 “복합 엔터테인먼트 체험 형”으로 이에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면, 푸드 트럭 존의 분위기, 디자인 및 외관, 전반적인 레이아웃(배치), 안내 시설(안내소, 표지판)등에 긍정적인 일치를 보이고 있다. 서울시에서 운영 중인 대표 푸드 트럭 존은 여의도의 ‘월드나이트마켓’은 푸드 존, 핸드메이드 존, 세계문화체험 월드 존, 문화공연 이벤트 존으로 구성되어 있으며, 전 세계 관광객들이 함께하는 글로벌 야시장으로 형성되어 있다. 한강의 야경과 이국적인 먹 거리가 공존하며, 각양각색의 핸드메이드 상품이 준비되어 다문화 체험 시장이라고 할 수 있다. 반포 ‘낭만달빛 마켓’은 푸드 존, 핸드메이드 존, 낭만아트 존, 문화공연 이벤트 존으로 구성되어 있으며, 아티스트들이 참여하는 프리마켓으로 예술 프로그램까지 다양한 문화 공간으로 낭만과 예술이 있는 시장으로 알려져 있다. 따라서 푸드 트럭을 이용하는 소비자는 단순한 먹거리만 이용하는 것이 아니라 다양한 복합 엔터테인먼트 경험이 가능한 푸드 트럭 존 을 이용하는 것으로 볼 수 있다.

제 3유형은 “메뉴 위생 중점 이용 형”으로 이에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면 푸드 트럭 종업원의 위생 상태, 조리 기구의 위생, 음식의 변질 등으로 위생에 관련된 진술문이 긍정적인 일치를 보이고 있다. 푸드 트럭 창업의 장점으로 국내 창업비용이 비싼 것에 반해 푸드 트럭은 소자본 창업이 가능하다는 것과 조리 관련 자격증이나 조리 경험이 없이도 창업이 가능하다는 것이다. 국내의 경우 푸드 트럭 합법화 이후 최근 몇 년 간 폭발적으로 성장하여 일자리 창출에도 한 몫을 하고 있지만, 현재까지는 규정된 위생관리 시스템이 없는 상태이다. 따라서 개인이 자율적으로 운영하다 보니 푸드 트럭의 양적 성장에 비해 식품재료의 보존 및 조리의 철저한 위생관리에 대한 질적 성장은 따라오지 못하고 있어 소비자의 신뢰가 떨어지고 있는 실정이다. 그러므로 푸드 트럭을 이용 하기 전 전체적인 위생을 우선적으로 고려하여 이용하는 것으로 볼 수 있다.

제 4유형은 “패스트푸드 선호 형”으로 에 속한 응답자들의 진술문을 살펴보면, 푸드 트럭 이용의 대기시간, 음식의 신속·정확, 접근성 및 편리성 등이 긍정적인 일치를 보이며, 1인 가구 즉, 싱글족으로 구성된 응답자들의 진술문으로 분석되었다. 서울시 야시장의 경우 여의도와 반포는 주로 가족이나 3명 이상 그룹소비자가 많은 편으로 메뉴 또한 여럿이 나누어 먹을 수 있는 치킨, 바비큐 등의 메뉴가 주로 이루어져 있으며, 동대문 DDP와 청계천은 1~2인 소비자가 혼자 먹기 편한 간편식 메뉴로 구성되어 있다. 현재 1인가구를 겨냥한 마케팅 및 상품개발 상황이 가장 활발한 부분으로는 식·음료와 요식 시장이며, 기존의 제품들은 대용량 제품이거나 양이 적고 가격대비 만족스럽지 못한 소량 제품이 대부분이다. 최근 1인가구의 소비 성향은 가격 대비 성능, 합리적인 소비, 간편성, 효율성 등으로 푸드 트럭의 특성과 유사한 형태로 보이고 있다. 따라서 푸드 트럭을 이용하는 소비자는 1인가구가 높은 비중을 차지하며, 패스트푸드를 선호하는 응답자가 많은 것으로 볼 수 있다.

이와 같이 4가지 유형별 분석한 결과 대부분의 응답자들은 푸드 트럭 이용에 대해 부정적인 시각보다 긍정적인 부분이 많은 것으로 나타났다. 푸드 트럭 이용에 있어 접근성, 복합 엔터테인먼트, 위생, 패스트푸드 등 다양하게 비교하며 이용하는 것으로 보여 진다. 최근 소비자의 다양한 소비 욕구를 충족시키기 위해서는 푸드 트럭 지원센터를 구축하여 재료를 세척할 수 있는 세척실과 조리실, 냉장실, 냉동실, 차량스팀 세척기 등을 갖춘 사전조리주방(commercial kitchen)과 푸드 트럭 운영자들을 위한 맞춤형 식재료 관리교육 및 식품 위생 교육 등이 이루어진다면 푸드 트럭은 안전한 먹거리와 다양한 문화콘텐츠산업이 이루어 질 것이다.

본 연구에서는 푸드 트럭 이용고객에 대한 인식을 Q 방법론을 적용하여 소비자의 주관적인 수용 인식사례를 선택함으로써 다양한 사례와 비교분석이 이루어 지지 못한 한계점이 있다. 향후 다양한 이용고객의 인식을 연구하기 위한 기초자료로 제시하는 점에서 의의 있는 것으로 판단된다. 본 연구에서 분석된 이용고객의 인식 연구는 현재 정부에서 추진 중인 푸드 트럭 존의

활성화 방안 및 발전방향에 관련된 후속연구 뿐만 아니라 관광·외식산업의 이용고객 인식연구를 위한 토대로 활용될 것이다. 또한 보다 세밀한 질문 항목과 분석방법을 개발하여 푸드 트럭 이용고객의 만족도를 높이며, 특정 지역이 아닌 좀 더 체계적으로 분류하여 비교 분석할 필요가 있다고 할 수 있다.

### 참 고 문 헌

- [1] <http://www.index.go.kr/potal/>, 기획재정부 경제 분석과, 경기종합지수, 통계청, 2017.
- [2] 김기영, “외식업의 신고객 만족을 위한 마케팅 및 유지전략에 관한 연구,” 여가관광연구, 제4권, p.16, 2000.
- [3] 김혜영, 임양이, 김현진, “서울 북부 대학가에서 즉석 조리 되어 판매되는 거리음식 이용 실태에 관한 연구,” 한국식생활문화학회지, 제22권, 제1호, pp.43-57, 2007.
- [4] 김용겸, 푸드 트럭 운영에 대한 탐색적 연구, 경기대학교 일반대학원, 석사학위논문, 2015.
- [5] [http://news.khan.co.kr/kh\\_news/](http://news.khan.co.kr/kh_news/), “푸드트럭 창업했다 빚더미”...7월부터는 이동영업으로 해소전망” 경향신문, 2016.
- [6] 문병찬, *식생활 라이프스타일에 따른 푸드트럭 소비자의 선택속성 및 이용행태에 관한 연구*, 경희대학교, 석사학위논문, 2017.
- [7] 김경원, *푸드트럭 고객의 지각된 가치가 고객만족과 행동의도에 미치는 영향: 푸드트럭 행사장 내 물리적환경의 조절효과를 중심으로*, 세종대학교, 석사학위논문, 2018.
- [8] <http://www.fmebs.com/news/>, “연내 푸드트럭에서 600대 이상 운영 한다”, 식품의약품안전처, 2017.
- [9] <http://www.hankookillbo.com/>, 한국일보, 2018.
- [10] [http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/), 푸드트럭에도 기생하는 '패거리 문화, 전성필, 2017.
- [11] [http://en.wikipedia.org/wiki/Food\\_truck/](http://en.wikipedia.org/wiki/Food_truck/), 위키백과, 푸드트럭, 2018.
- [12] <http://www.motie.go.kr/>, 산업통상자원부, 2017.
- [13] <http://www.segye.com/>, “규제 푸니... ‘푸드트럭’ 1년새 180대 늘었다” 세계일보, 김유나, 2016.
- [14] <http://kto.visitkorea.or.kr/kor.kto/>, 한국관광공사, 2018.
- [15] 박두희, *푸드트럭 정책의 효율적 시행을 위한 연구*, 고려대학교, 석사학위논문, 2016.
- [16] 최재송, “푸드트럭 사업의 경제적 특성 및 제도화 방안,” 경기대학교사회과학연구소, 한국품질경영학회 학술대회, 제19호, pp.117-142, 2016.
- [17] 김형준, 이동준, 한상균, 홍용걸, 이원경, 손소영, “Q-GIS와 다중 회귀분석을 활용한 푸드트럭 입지 규제 개선,” 한국품질경영학회, 제16권, 제2호, pp.205-206, 2016.
- [18] 진예린, “서울 밤도깨비 야시장의 계획·정책결정 과정으로 살펴본 도시비공식성과 공식적 커버넌스 메커니즘의 상호작용,” 지리학논총, 제 62권, pp.161-174, 2016.
- [19] 김찬우, 김동수, “NCS기반 음식·조리분야 교육과정의 주관적 인식에 관한 연구 - 인천지역 호텔조리학과 졸업생을 중심으로-,” 한국콘텐츠학회, 제17권, 제9호, pp.192-202, 2017.
- [20] 윤민식, 홍장선, 김명희, “음식 TV 프로그램에 대한 시청자들의 주관성 연구 -프로그램 기획의도를 중심으로-,” 한국콘텐츠학회논문지, 제18권, 제1호, pp.651-664, 2018.
- [21] 조용현, 김호석, “착한가격업소에 대한 소비자의 주관성연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제18권, 제2호, pp.396-404, 2018.
- [22] J. Dryzek, *Discursive Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- [23] S. Brown, *Political Subjectivity: Applications of Q Methodology*, New Haven: Yale University Press, p.46, 1980.
- [24] S. Brown, D. During, and S. Selden, “Q Methodology, In G. Miller and M. Whicker, eds., Handbook of Research Methods in Public

Administration,” New York: Marcel Dekker, 1999.

- [25] 선우동훈, “Q방법론에 의한 소비자행동 연구,” 광고연구, 여름호(제11호), 한국방송광고공사, p.7, 1991.
- [26] 김홍규, “주관성 연구를 위한 Q방법론의 이해,” 간호학 논문집, 제6권, 제1호, pp.1-11, 1992.
- [27] P. M. Patterson, T. J. Burkink, R. S. Lipsey, J. Lipsey, and R. W. Roth, “Targeting tourists with state branding programs Agribusiness,” Vol.19, No.4, pp.525-538, 2003.
- [28] W. Stephenson, “Consciousness Out- Subjectivity,” In, The Psychological Record. p.18, 1968.
- [29] 이제영, “건강 공익광고 수용효과에 관한 연구- 광고홍보학과 전공 대학생을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제9호, pp.85-93, 2016.
- [30] 이제영, “고속도로 휴게소 이용고객에 대한 음식 선호도 주관성 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제1호, pp.507-510, 2014.

저 자 소 개

김 찬 우(Chan-Woo Kim)

정회원



- 2016년 2월 : 경기대학교 외식조리관리학과(관광학 석사)
- 2017년 현재 : 가톨릭관동대학교 호텔조리외식경영학과(경영학 박사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 인천재능대학교 호텔외식조리학과 겸임교수

<관심분야> : 관광, 외식경영

정 인 영(In-Yeong Jung)

정회원



- 2017년 현재 : 경기대학교 외식조리관리학과(박사과정)
- 2017년 2월 : 경기대학교 외식조리관리학과(관광학 석사)

<관심분야> : 관광, 외식경영