

# 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 음식 선호도 주관성 연구 -지역 대학생들을 중심으로-

## Subjectivity Study on Food-preference of an Expressway-resting-place-customer

김동수\*, 이제영\*\*

관동대학교 호텔외식조리경영학과\*, 관동대학교 광고홍보학과\*\*

Dong-Soo Kim(dskim@kd.ac.kr)\*, Jei-Young Lee(jylee1231@empas.com)\*\*

### 요약

본 연구에서는 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 주관성을 진단하고, 기능적인 측면에서 세부적인 유형적 효과요인들을 짚어봄으로써 향후 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 음식 선호도의 방향성을 알아보고자 한다. 여기에서 제기된 사항들의 해답을 얻기 위하여 주관성연구 분석방법을 활용하며, 이에 따른 연구문제는 첫째, 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 수용인식 유형은 어떠한가? 둘째, 이들 각 유형들 간의 동질적이며 이질적인 특성과 그 함의는 무엇인가? 등이다.

이 연구에서는 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 주관적 성향을 살펴보기 위해서 Q방법론을 이용하였다. 분석된 결과, 총 4가지의 유형, 즉, 제 1유형(N=7) : 청결선택형(Cleanliness-selection Type), 제 2유형(N=13) : 알뜰형(Economy Type), 제 3유형(N=9) : 매장 호감형(Selling-area Goodwill Type), 제 4유형(N=10) : 자기 만족형(Self-satisfaction Type)등으로 분류되었다. 결과적으로, 계량적인 실증적 연구와 관련 이해당사자들간의 종합적 비교와 대안책이 추가되어 진다면, 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 음식 선호도 연구방향에 보다 심도 있는 연구결과가 제시될 수 있을 것으로 예상된다. 또한, 이러한 연구의 한계를 보완하는 후속연구가 지속적으로 진행되어지기를 기대한다.

■ 중심어 : | 고속도로 휴게소 이용고객 | 음식 선호도 Q방법론 | 주관성 연구 |

### Abstract

This study was researched by practical method in a subjectivity study accessible in-depth, in sloughing off old habit of functional quantity analysis about food preference of an expressway resting place customer.

The perception pattern come out in this study were divided into four types in Q-methodology. The result is as follows ; it is that divided '1[(N=7) : Cleanliness-selection Type], 2[(N=13) : Economy Type], 3[(N=9) : Selling-area Goodwill Type], 4[(N=10) : Self-satisfaction Type]'. Like this, it found that is very different type all over.

Hereafter, this study is to ascertain acceptance behavior about reception type on food-preference of an expressway-resting-place-customer ; to offer a developmental suggestion about it.

■ keyword : | Food-preference | Expressway-resting-place-customer | Q-Methodology | Subjectivity Study |

## I. 서론

오늘날 대부분의 고속도로 휴게소에서는 차별화된 고객서비스 개선을 통한 고객만족 전략으로 휴게소를 방문한 고객의 마음속에 자리 잡기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

고속도로 휴게소 이용 고객의 욕구(need)와 필요(wants)는 일반음식점의 수준으로 발전[15]하고 있고 이용고객의 다양화(고령자 및 여성, 청소년 운전자의 증가, 주거 공간 원격화로 출, 퇴근 교통수요 증가)로 인해[6], 식·음료 부분의 기본이 되는 메뉴에 대한 다양화와 질적 증대는 매우 필요한 일이다[1]. 고객과 기업을 연결하는 메뉴는 고객에게 만족을 주고 기업에게는 이윤을 발생시키는 마케팅 수단으로 사용된다[11]. 즉, 고객의 욕구와 필요를 반영하는 메뉴는 성공적인 운영으로 이루어진다. 메뉴는 경영의 관점에서는 조직의 목표와 예산, 시설 및 설비, 인적자원의 기술, 생산유형과 서비스 시스템들을 반영해야 하고[4], 이용고객의 측면에서는 고객의 기호도와 식습관, 식품의 관능적 요소와 영양요구량 등이 고려되어서 경영자에게는 수익을 가져다주는 동시에 고객에게는 만족을 주어야 한다[22]. 메뉴가 이용고객과의 원활한 커뮤니케이션 및 마케팅 수단이 되기 위해서 소비자의 메뉴 선택행동을 이해하고 이러한 행동과정에서 발생하는 선택요인을 파악하여 메뉴 마케팅에 적용하여야 할 것이다[25].

대부분의 사람들은 휴게소 음식하면 맛이 없는 것으로 생각하거나 김밥, 우동, 자장면, 어묵과 같은 인스턴트 음식을 먼저 떠올리는 것이 일반적이다. 그러나 요즘 고속도로 휴게소를 이용하다 보면 과거에는 기대할 수 없었던 맛있는 음식과 다양한 음식메뉴에 감탄할 때가 있다. 휴게소가 휴식을 위한, 그리고 먹을거리를 위한 편안한 장소로서 고객을 위한 안식처로 새롭게 변화하고 있다[12].

다시 말해서, 경제성장 및 산업화에 따라 의, 식, 주를 포함한 전반적인 생활양식의 변화와 함께 전국이 반나절 생활문화권으로 묶여짐에 따라 고속도로는 이용교통량의 증가뿐 만 아니라 이용행태와 이용자 요구수준 등

이 상당히 변화될 것으로 예상되며, 고속도로 이용객의 휴식과 안전운행을 위해 필수적인 고속도로 휴게소[13] 역시 최근 고속도로 이용의 증가와 함께 그 역할 또한 커지고 있는 실정이다. 또한 최근 글로벌 경제악화로 심화되고 있는 경기침체로 인해 지역 내 소비활동이 위축되는 시점에서 다양한 지자체 별로 음식점 홍보에 열을 올리는 것은 필수적인 사안이라고 볼 수 있겠다.

이에 이 연구에서는 갈수록 다양해지는 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도의 주관적 수용모습은 어떠한 지에 대해서 Q방법론적 분석으로 진단하고, 향후 시사점을 제공하고자 한다.

## II. 이론적 논의 및 검토

현대사회로 진행되면서 음식에 대한 일반대중들의 기호는 급속히 변화되어 가고 있다. 특히, 현대인들에게 레저생활은 스트레스 해소를 위해서나 다양한 대인관계를 위해서도 매우 필수적인 사안으로 자리 잡아 가면서, 음식에 대한 관심이 높아지고 있다.

이와 아울러, 가족들과 함께 외식을 즐기기 위한 통로로 흔히 고속도로를 애용하여 목적지를 가는 도중에 중간 중간마다 정착하게 되는 고속도로[10] 휴게소가 관심을 받고 있다.

최근까지 연이은 고속도로 개통에 따라 휴게소의 양적 성장은 눈에 띄게 이루어지고 있다. 고속도로휴게소는 고속도로의 끊임없는 교통망 구축으로 민자 고속도로 포함 총 노선은 26개 노선 3,447Km에 이르고, 이에 따라 1970년에 간이휴게소 4개소로 시작하여 1999년 99개였던 휴게소로 증가하였고[16], 여기서 10년 사이 또 다시 급속도로 양적성장을 이루어 2010년까지 총 161개의 휴게소에 달한다[5][14].

고속도로 휴게소의 기능은 궁극적으로 고속도로를 안전하게 주행하기 위한 필수적인 시설로써 이용자에게는 식사, 휴식, 전망, 정보교환, 대기, 화장실 등의 서비스를 제공하고 차량에 대해서는 점검 및 세차, 간단한 수리, 점검, 연료보급 등의 서비스를 제공할 뿐 아니라 사고처리 및 긴급사태 대체기지로서의 기능도 수행

해야 한다[21].<sup>1)</sup>

Patterson 외(2003)는 특정지역에서 판매하고 있는 음식에 대한 선호도를 조사하여 요인수준이 선호도에 미치는 영향과 선호도에 미치는 영향과 요인 수준의 잠재가격을 분석하였던 연구들로는 쇠고기, 양고기, 재배 지로고, 원산지 기술, 가격 등의 요인 수준이 메뉴 선호도에 미치는 영향과 잠재가격을 분석하였다[23].

또한 관광분야 관련 선호도와 관련된 Q방법론 적용 논문은 김흥규 외(2010)의 “공공디자인에 대한 수용자 태도 연구”가 있으며, 이 논문에서는 디자인이 공공의 가치를 향상시킬 뿐만 아니라 국가 경쟁력과 관광 유발 효과를 높이는 데도 큰 부분을 차지하고 있다는 점을 인식하게 되면서 ‘공공디자인’이 새로운 이슈 등에 관한 유형화 작업이 연구되었다.

특히, 현재 우리나라 고속도로 휴게소 식당의 이용실태에 관한 연구는 매우 미약한 실정이나, 일부 연구에서 고속도로 휴게소 식당과 일반 식당의 위생, 메뉴의 구성, 맛, 분량, 가격, 종업원의 친절수준 등의 차이를 조사한 결과 고속도로 휴게소 식당이 여러 서비스 측면에서 일반 음식점과 많은 차이를 보이는 것으로 연구되었다[17]. 또한 고속도로 휴게소에서 판매되는 식품의 위생 실태가 매우 불량하다는 연구결과도 있어 휴게소 식당의 식품 안전성을 확보하기 위한 관리가 필요한 것으로 나타났다[8].

이처럼 고속도로 휴게소는 고속도로를 이용하는 고객의 편의를 도모하기 위하여 설치된 휴게시설로서 운전자와 승객에게 휴식을 제공하고 심신의 피로를 풀어주며 생리적인 욕구를 충족시켜주는 한편 주유 및 차량의 정비점검 등 주행상의 안전을 위한 기능을 한다[17].

이러한 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도의 주관성을 살펴보는 것은 매우 의미 있는 연구라고 볼 수 있다.

### III. 연구문제 및 방법론

#### 1. 연구문제

이에 본 연구에서는 고속도로 휴게소 이용고객에 대한 지역 대학생들의 음식 선호도에 관하여 실증적이고 심층적 Q 분석을 통해 다각적인 분석을 실시하고자 한다. 또한 본 연구는 위에서 제기된 사항들의 해답을 얻기 위하여 주관성연구 분석방법을 활용하며, 이에 따른 연구문제는 아래와 같다.

연구문제 1 : 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 수용 유형은 어떠한가?

연구문제 2 : 이들 각 유형들 간의 동질적인 특성과 그 함의는 무엇인가?

#### 2. 연구설계

고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 문헌분석은 객관적인 가치 분석이 가능하며, 앞으로 고속도로 휴게소 이용고객을 위한 음식 환경 개선을 보다 효율적으로 이해하는 데 기여할 수 있다. 또한 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 평가는 객관적인 가치규명뿐만 아니라, 음식 환경 개선을 위한 효과적인 전략과 활용방법을 제시한다는 차원에서 유도할 수 있다. 이 과정에서 시도되는 구체적인 연구방법은 다양한 국내외 자료를 단계별로 정리하여 다각적인 사례연구들로 진행될 것이다. 조사범위는 현재 국내에서 가능한 모든 문헌을 대상으로 실시하고자 한다. 조사 기간은 모든 관련 자료들을 중심으로 이루어졌다.

추가로 본 연구에서는 지역 대중들을 대상으로 Q심층조사를 실시하였다. 본 논문주제들의 관점을 심층적으로 이해하기 위해 연구 중점 주제들을 대상으로 인터뷰를 수행하였다.

질적 연구의 한 분야로서 Q 심층조사 분석은 Grand Tour Technique<sup>2)</sup> 방식을 채택해 실시할 예정이므로

1) 고속도로란 고속주행을 하도록 설계된 자동차 전용도로로서 기능 면에서 주요 교차로의 입체화와 통과 교통의 접근에 대해서 통제를 하는 차량의 유출과 유입을 인터체인지에서만 하게 하고 일반도로와의 평면교차를 금지하는 도로를 말한다.

2) 소수의 구체적인 사항에 대해서 테마를 찾아가는 방식인 Laddering과 달리 가장 근본적인 사항에서부터 점진적으로 구체적인 부분까

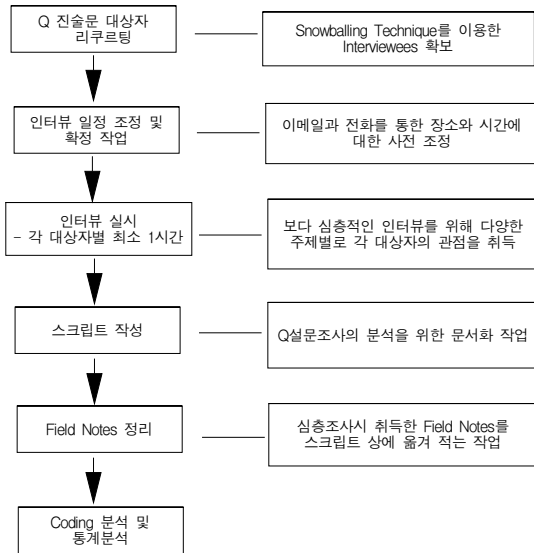


그림 1. 심층 인터뷰 수행 과정

공통의 분야와 개별 분야로 나누어 연구주제들이 제기 될 필요가 있다. 본 논문에서 연구 주제들은 현재 연구 수행 전의 단계에서 확정된 것들이며, 인터뷰를 진행해 나가면서 질적 연구방법의 특성을 살린 진화적 설계 (Evolving Design) 방식에 따라 추가적인 연구문제가 포함되었다.

진술한 바와 같이 Q심층조사에서는 대학생들의 의견을 청취하게 될 것이므로 초기 인터뷰의 결과가 그 이후의 인터뷰 내용에 영향을 미치는 구조를 띠게 된다. 때문에, 위에 열거한 인터뷰의 항목들이 현재 제안서 단계에서 확정적인 것은 아니며, 최초 3-4회 정도의 인터뷰를 거치면서 보다 집중적인 이슈들로 진술문 정리가 되는 과정을 거칠 것이다. 인터뷰의 과정은 [그림 1]에서처럼 리쿠르팅에서부터 코딩 분석까지 설계되었으며, 실제 리쿠르팅은 본 연구팀에서 대행할 것이다. 본 연구에서는 인터뷰, 분석의 두 가지 일을 맡게 될 것이다.

### 3. 연구방법

본 논문에서는 R방법론에서 도출된 다양한 의견과

각각의 유형을 구조화하고 유형별 특성을 파악, 기술하고 설명하는데 좀 더 발견적이고 가설생성적인 Q방법론[2][23][27] 분석결과를 토대로 좀 더 다각적인 평가와 전망을 제시하고자 한다.

무엇보다도, 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 연구에 대해서는 기존의 계량적 방법론(R방법론)으로 객관적 통계분석이 주로 이용되어 왔으나, Q방법론[18-20]적 분석논문은 종사자간, 즉 커뮤니케이션과 관련된 응답자들의 자아구조(schema) 속에 있는 요인들까지 파악할 수 있다는 점에서 통찰력 있는 분석이 도출될 수 있다고 본다. 즉, 이 연구는 기존의 이론에서 연역적인 가설을 도출하는 종래의 연구방법과는 달리, 사람들이 일상적으로 갖게 되는 주관적 이미지에 의하여 새로운 가설을 발견(hypothesis abduction)하려는 목적을 가지고 있다[9]. 이는 Q방법론이 행위자의 관점에서 출발하며 인간 개개인마다 다른 주관성 구조에 따른 서로 다른 유형에 대한 이해와 설명이 가능하기 때문이다. 연구자는 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 사항을 심도 있게 측정하기 위해서는 기존의 방법으로는 어느 정도 한계성이 있다고 생각하여, Q방법론적 접근을 시도하였다. 이를 위해 분석작업은 진술문 형태의 카드를 분류하는 방법으로 행해졌다. 이 진술문 작성을 위하여 연구자는 종사자들의 인터뷰를 통하여 Q모집단(concourse)을 구성하고, 이를 통하여 진술문(Q-statement)을 작성한 후, P샘플을 선정, 분류작업(sorting) 과정을 거쳐 얻게 되는 Q-sort를 PC QUANL 프로그램을 이용, Q요인분석(Q-factor analysis)을 통해 분석하였다.<sup>3)</sup>

이 연구를 위한 Q표본은 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 수용 유형에 관한 가치체계로 구성된 진술문으로 구성될 것이다. 이 연구는 응답자들이 지니고 있는 전반적인 관념들과 느낌, 의견, 가치관 등을 종합적으로 얻기 위해 이 연구와 관련된 전문서적, 학술서적, 저널 등의 관련문헌 연구를 포함하여 지역 대중들을 대상으로 심층인터뷰를 통하

지 파악하는 방식으로써 대상자의 경험과 생각에 따라 전혀 다른 인터뷰 진행이 실시되는 비구조적 인터뷰인.

3) 본 조사작업은 2013년 6월 3일부터 7일까지 관동대학교 호텔외식조리학과 학생들의 기말시험 기간 동안 진행되었다.

여 약 37개의 Q-population(concourse)을 추출하였다. 또한 Q-population에 포함된 진술문 중 주제에 관한 대표성이 가장 크다고 여겨지는 진술문을 임의로 선택하는 방법을 사용하여, 최종적으로 25개의 진술문 표본을 선정하였다. 여기에서 선택된 25개의 진술문은 전체적으로 모든 의견들을 포괄하고, 긍정, 중립, 부정의 균형을 이룰 수 있도록 구성하였다[표 1].

Q방법론은 개인 간의 차이(inter-individual differences)가 아니라 개인 내의 중요성의 차이(intra-individual difference in significance)를 다루는 것이므로 P샘플의 수에 아무런 제한을 받지 않는다[3]. 또한 Q연구의 목적은 표본의 특성으로부터 모집단의 특성을 추론하는 것이 아니기 때문에 P표본의 선정도 확률적 표집방법을 따르지 않는다. 따라서 이 연구에서는 위에서 제시한 기준에 의거하여 성별, 연령, 직업 등 인구학적 특성을 적절히 고려하는 R방법과 달리, 본 연구와 관련하여 사전 공지를 통해 조사작업에 동의를 구한 P표본(응답자: 대학생)들을 중심으로 최종 40명을 P샘플로 선정하였으며, 대학 강의실에서 조사되었다.

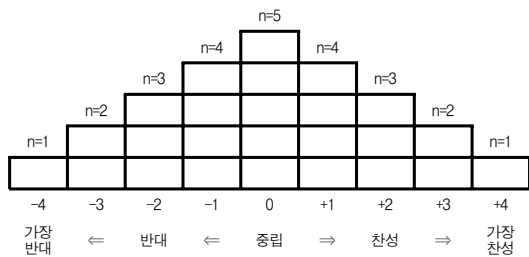


그림 2. 각 진술문의 긍정 및 부정의견 점수 분포방식

이러한 Q분류작업은 개인이 복잡한 주제나 이슈 또는 상황에 관한 자신의 마음의 태도를 스스로 모형화하는 것으로서 각 응답자는 진술문을 읽은 후, 그것들을 일정한 분포 속에 강제적으로 분류하였다.

4. 분석방법

표 1. 분포별 점수 및 진술문 수

분포	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4
점수	1	2	3	4	5	6	7	8	9
진술	1	2	3	4	5	4	3	2	1

[그림 2]에서 보듯이, 이 연구에서의 Q분류의 절차는 Q표본으로 선정된 각각의 진술문이 적힌 카드를 응답자가 읽은 후 긍정(+), 중립(0), 부정(-)으로 크게 3개의 그룹으로 분류한 다음 긍정 진술문 중에서 가장 긍정적인 것을 차례로 골라서 바깥에서부터(+4) 안쪽으로 분류를 진행하여 중립부분에서 정리하였다. 마찬가지로 부정 진술문들을 분류하고, 이때 양끝에 놓여진 1개의 진술문에 대해서는 각각의 코멘트(심층인터뷰)를 받아 두도록 한다. 이것은 Q-factor 해석에 유용한 정보를 제공해 주기 때문이다.

이어서 P표본에 대한 조사가 완료된 후 수집된 자료를 점수화하기 위하여 Q표본 분포도에서 가장 부정적인 경우 (-4)를 1점으로 시작하여 2점(-3), 3점(-2), 4점(-1), 5점(0), 6점(+1), 7점(+2), 8점(+3), 그리고 가장 긍정적인 경우 9점(+4)을 부여하여 점수화 하도록 한다 [표 1]. 이 부여된 점수를 진술문 번호순으로 코딩하고, 이러한 자료를 PC용 QUANL 프로그램으로 처리하여 그 결과를 얻는다.

표 2. Q진술문의 유형별 표준점수

Q진술문(Q-Statements)	유형별 표준점수			
	I(N=7)	II(N=13)	III(N=9)	IV(N=10)
1. 계절에 맞는 음식을 선호한다.	0.5	-0.6	0.5	0.5
2. 빨리 먹을 수 있는 음식을 선호한다.	0.3	1.1	-1.4	-0.2
3. 피로회복이 되는 음식을 선호한다.	0.7	-0.4	-0.7	-0.9
4. 깔끔한 차림의 종업원이 판매하는 메뉴를 선택한다.	1.6	-0.3	0.9	0.5
5. 분식류를 선호한다.	-0.1	0.7	-0.6	0.3
6. 서양식사를 선호한다.	0.5	0.2	-0.2	-0.5
7. 눈에 잘 띄는 음식메뉴를 선택한다.	0.3	0.5	-0.1	-0.4
8. 직접 음식을 만드는 장면이 보이는 메뉴를 선택한다.	1.7	-1.2	0.2	0.8
9. 매장이 깨끗한 점포의 음식을 선호한다.	0.9	0.5	2.2	1.8
10. 신속하게 만들어지는 음식을 선택한다.	1.3	1.7	0.4	1.0
11. 친절한 매장 직원이 판매하는 음식에 마음이 간다.	1.1	0.0	1.1	1.1
12. 손이나 입가에 부스러기가 묻지 않는 음식을 선호한다.	-0.1	-0.5	-0.9	0.4
13. 먹기 편한 도구가 있는 음식을 좋아한다.	1.3	0.7	0.3	-0.7
14. 이동하기 편한 포장된 음식을 선택한다.	0.3	0.4	-1.3	-0.8
15. 내 입맛에 맞는 맛있는 음식을 선호한다.	-0.7	2.5	1.8	2.2
16. 인스턴트 식품을 선택한다.	-2.0	-0.1	-1.3	-1.8
17. 냄새가 많이 나지 않는 음식이 좋다.	-0.5	0.2	0.2	-0.6
18. 전통 한식을 선호한다.	-0.9	-1.2	-0.0	-0.8
19. 음식보다는 주로 음료를 마시곤 한다.	-1.4	-0.4	-1.7	0.1
20. 판매용 사진을 보고 음식을 선택한다.	-1.4	-0.2	-1.2	0.1
21. 조리도구의 위생상태가 좋은 음식을 선호한다.	-0.1	-0.3	1.1	0.8
22. 휴게소가 있는 그 고장 특별음식을 선택한다.	-0.6	-1.8	0.5	-0.6
23. 저렴한 가격의 음식을 고르는 편이다.	-1.1	1.4	0.9	-0.6
24. 웰빙음식을 선택한다.	-0.8	-1.3	-0.6	0.6
25. TV에서 자주 보았던 음식을 선택한다.	-1.1	-1.5	0.8	-2.3

[표 3]의 내용은 각 유형에 속한 사람들의 인구사회학적 특성과 인자가중치(factor weight)를 제시한 것이다. 각 유형 내에서 인자가중치(factor weight)가 높은 사람일수록 그가 속한 유형에 있어서 그 유형을 대표할 수 있는 전형적인 사람임을 나타내고 있다.

각 유형별로 살펴보면, 제 1유형은 12번, 남자, 21세, 대학2년, 호텔 외식조리 전공(1.3592), 제 2유형은 25번, 여자, 21세, 대학2년, 호텔 외식조리 전공(1.4292), 제 3유형은 34번, 남자, 21세, 대학2년, 호텔 외식조리 전공(1.3439), 제 4유형은 2번, 여자, 21세, 대학2년, 호텔 외식조리 전공(2.7850) 등으로 나타났다.

표 3. 조사대상의 인구학적 특성 및 유형별 인자가중치

유형	ID	성별	연령	직업	학과(전공)	인자가중치
TYPE I (N=7)	11	남자	22세	대학2년	호텔 외식조리	0.8159
	12	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.3592
	17	남자	25세	대학2년	호텔 외식조리	1.0637
	28	남자	24세	대학2년	호텔 외식조리	0.9768
	31	남자	23세	대학2년	호텔 외식조리	0.5711
	37	남자	23세	대학2년	호텔 외식조리	0.8895
	38	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.3198
TYPE II (N=13)	04	남자	23세	대학2년	호텔 외식조리	0.3624
	07	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.9930
	09	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.2203
	10	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.9600
	19	남자	23세	대학2년	호텔 외식조리	0.0213
	20	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.6768
	23	남자	24세	대학2년	호텔 외식조리	1.2874
	25	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.4292
	26	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.7544
	27	남자	24세	대학2년	호텔 외식조리	0.6794
	30	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.8015
	32	남자	20세	대학2년	호텔 외식조리	0.9913
	33	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.1114
TYPE III (N=9)	01	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.2571
	03	남자	23세	대학3년	호텔 외식조리	0.4469
	05	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.1693
	14	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.6942
	19	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.8404
	24	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.0717
	34	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.3439
	36	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.4694
	39	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.4833
TYPE IV (N=10)	02	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	2.7850
	06	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.0701
	08	남자	20세	대학2년	호텔 외식조리	0.5611
	13	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.7538
	15	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	1.2033
	16	남자	26세	대학2년	호텔 외식조리	0.5895
	18	남자	23세	대학2년	호텔 외식조리	0.3734
	21	남자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.1057
	29	남자	24세	대학2년	호텔 외식조리	1.9407
	35	여자	21세	대학2년	호텔 외식조리	0.9554

\* 40번 응답자(대학3년, 23세, 남자, 호텔 외식조리)는 전체 강제 회전된 유형분류에서 제외되었다.

#### IV. 연구결과 및 논의

고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도에 관한 주관성 유형을 알아보기 위해서, Q 요인분석(factor analysis)을 한 결과 총 4개의 유형이 나타났다.

QUANL 프로그램을 실시해 본 결과, 전체변량의 약 46(0.4628)%를 설명하고 있는 4개의 유형에는 각각 7명, 13명, 9명, 10명이 속하였는데, 여기서 인원수의 의미는 없다. 또한 인자가중치가 1.0이상인 사람이 각각 2명, 4명, 3명, 4명이 속해 있어 제 2유형과 제 4유형이 가장 큰(설명력이 높은) 인자임을 알 수 있다.

아래의 [표 4]에서 보듯이, 각 유형의 변량 크기를 나타내는 대표적 아이겐 값(eigen value)은 각각 9.0463, 4.4496, 2.8225, 2.1941 등으로 나타났다. 이 프로그램은 주인자분석(principal components factor matrix)을 행하고, 회전은 직각회전(varimax rotation)을 시행하였다.

표 4. 대표적 유형별 아이겐 값(eigen value)과 변량의 백분율

	제 1유형	제 2유형	제 3유형	제 4유형
아이겐 값	9.0463	4.4496	2.8225	2.1941
전체변량 백분율	0.2262	0.1112	0.0706	0.0549
누적 빈도	0.2262	0.3374	0.4080	0.4628

[표 5]는 전체 유형간의 상관계수를 나타내 주는데, 이는 각 유형간의 관계정도를 보여주는 것으로, 제 3유형과 제 4유형간의 상관계수는 0.475로서 가장 높았고(定續關係), 그 밖의 제 1유형과 제 2유형간의 상관계수는 0.148, 제 1유형과 제 3유형은 0.357, 제 1유형과 제 4유형은 0.393, 제 2유형과 제 3유형은 0.242, 제 2유형과 제 4유형은 0.365 등이었다. 이로써 위 표에서 보듯이, 4개의 유형들은 상당히 독립적이라고 할 수 있다.

표 5. 전체 유형간의 상관관계

	제 1유형	제 2유형	제 3유형	제 4유형
제 1유형	1.000	-	-	-
제 2유형	0.148	1.000	-	-
제 3유형	0.357	0.242	1.000	-
제 4유형	0.393	0.365	0.475	1.000

1. 각 유형별 분석

이상의 각 유형별 특성들을 분석하면 다음과 같다.<sup>4)</sup> 이 유형별 특성 논의에서는 각 3개의 유형별로 분석하며, 해당 진술문별 ±1.00이상의 표준점수를 보인 진술문들을 중심으로 각 유형의 네이밍과 그 의미를 제시하고자 한다. 여기에서의 각 유형별 네이밍 작업은 각 해당 유형에 제시된 진술문들의 내용과 긍정/부정 및 표준점수 정도를 종합하여 연구팀의 브레인스토밍(Brainstorming) 작업으로 이루어진다.

1.1 제 1유형(N=7) : 청결선택형

(Cleanliness-selection Type)

아래의 표를 보면, 제 1유형에 속한 7명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 2명으로, 8번[직접 음식을 만드는 장면이 보이는 메뉴를 선택한다(Z-score=1.73).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 16번[인스턴트 식품을 선택한다(Z-score=-1.98)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다.

표 6. 제 1유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문		표준 점수
긍정	8. 직접 음식을 만드는 장면이 보이는 메뉴를 선택한다.	1.73
	4. 깔끔한 차림의 종업원이 판매하는 메뉴를 선택한다.	1.60
	13. 먹기 편한 도구가 있는 음식을 좋아한다.	1.34
	10. 신속하게 만들어지는 음식을 선택한다.	1.34
	11. 친절한 매장 직원이 판매하는 음식에 마음이 간다.	1.08
부정	23. 저렴한 가격의 음식을 고르는 편이다.	-1.08
	25. TV에서 자주 보았던 음식을 선택한다.	-1.10
	19. 음식보다는 주로 음료수를 마시곤 한다.	-1.36
	20. 판매용 사진을 보고 음식을 선택한다.	-1.45
	16. 인스턴트 식품을 선택한다.	-1.98

4) 각 유형별 논의에서는 각 유형에서 ±1.00이상의 표준점수를 보인 진술문들을 긍정과 부정으로 분류하여 <표>로 제시하고, 이 내용에서 높은 표준점수(±)들을 중심으로 해당유형의 네이밍(naming)이 작성된다. 표준점수가 높은 진술문은 해당유형에 가장 적합하게 이해하고, 가장 낮은 부정 부분의 진술문은 '반대'로 해석함

1.2 제 2유형(N=13) : 알뜰형(Economy Type)

표 7. 제 2유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문		표준 점수
긍정	15. 내 입맛에 맞는 맛있는 음식을 선호한다.	2.46
	10. 신속하게 만들어지는 음식을 선택한다.	1.65
	23. 저렴한 가격의 음식을 고르는 편이다.	1.37
	2. 빨리 먹을 수 있는 음식을 선호한다.	1.13
부정	18. 전통 한식을 선호한다.	-1.16
	8. 직접 음식을 만드는 장면이 보이는 메뉴를 선택한다.	-1.23
	24. 웰빙음식을 선택한다.	-1.27
	25. TV에서 자주 보았던 음식을 선택한다.	-1.52
	22. 휴게소가 있는 그 고장 특별음식을 선택한다.	-1.83

위의 [표 7]을 보면, 제 2유형에 속한 13명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 4명으로, 15번[내 입맛에 맞는 맛있는 음식을 선호한다(Z-score=2.46).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 22번[휴게소가 있는 그 고장 특별음식을 선택한다(Z-score=-1.83)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다.

1.3 제 3유형(N=9) : 매장 호감형

(Selling-area Goodwill Type)

표 8. 제 3유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문		표준 점수
긍정	9. 매장이 깨끗한 점포의 음식을 선호한다.	2.17
	15. 내 입맛에 맞는 맛있는 음식을 선호한다.	1.80
	11. 친절한 매장 직원이 판매하는 음식에 마음이 간다.	1.09
	21. 조리도구의 위생상태가 좋은 음식을 선호한다.	1.06
	20. 판매용 사진을 보고 음식을 선택한다.	-1.20
부정	14. 이동하기 편한 포장된 음식을 선택한다.	-1.26
	16. 인스턴트 식품을 선택한다.	-1.34
	2. 빨리 먹을 수 있는 음식을 선호한다.	-1.37
	19. 음식보다는 주로 음료수를 마시곤 한다.	-1.71

위의 [표 8]을 보면, 제 3유형에 속한 9명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 3명으로, 9번[매장이 깨끗한 점포의 음식을 선호한다(Z-score=2.17).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 19번[음식보다는 주로 음료수를 마시곤 한다(Z-score=-1.71)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다.

표 9. 제 4유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술문		표준점수
긍정	15. 내 입맛에 맞는 맛있는 음식을 선호한다.	2.16
	9. 매장이 깨끗한 점포의 음식을 선호한다.	1.75
	11. 친절한 매장 직원이 판매하는 음식에 마음이 간다.	1.08
부정	16. 인스턴트 식품을 선택한다.	-1.80
	25. TV에서 자주 보았던 음식을 선택한다.	-2.29

위의 [표 9]을 보면, 제 4유형에 속한 10명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 4명으로, 15번[내 입맛에 맞는 맛있는 음식을 선호한다(Z-score=2.16).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 25번[TV에서 자주 보았던 음식을 선택한다(Z-score=-2.29)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다.

2. 일치하는 항목별 분석

표 10. 일치하는 항목과 평균 표준점수(Consensus Items And Average Z-Scores)

Item Description	Average Z-Score
7. 눈에 잘 띄는 음식메뉴를 선택한다.	0.08
17. 냄새가 많이 나지 않는 음식이 좋다.	-0.16

(\* CRITERION = ±1.000)

이 연구에서 도출된 4개의 유형(제 1유형(N=7) : 청결선택형(Cleanliness-selection Type), 제 2유형(N=13) : 알뜰형(Economy Type), 제 3유형(N=9) : 매장 호감형(Selling-area Goodwill Type), 제 4유형(N=10) : 자기 만족형(Self-satisfaction Type))이 비슷하게 동의한 Q진술문은 총 3개 항목으로 긍정적 항목 1개, 부정적 항목 1개 등으로 나타났다. 특히, 위 [표 10]에서 보는 바와 같이, 전체적으로 피응답자들은 7번(긍정적 일치)과 17번(부정적 일치)의 진술문에 대체적으로 의견 동의를 하고 있음을 확인할 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 주관성을 살펴보기 위해서

Q방법론을 이용하였다. 이 논문에서 제기한 연구문제는 크게 두 가지이다. 우선, 연구문제 1: 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도는 어떻게 유형화되는가? 연구문제 2: 각 유형들 간의 동질적인 특성과 그 함의는 무엇인가? 하는 점이 그것이다.

이러한 연구문제에 기초하여 유형분석을 한 결과 총 4가지의 유형이 도출되었다. 구체적으로 살펴보면, 우선 제 1유형(N=7) : 청결선택형(Cleanliness-selection Type), 제 2유형(N=13) : 알뜰형(Economy Type), 제 3유형(N=9) : 매장 호감형(Selling-area Goodwill Type), 제 4유형(N=10) : 자기 만족형(Self-satisfaction Type)으로서, 각 유형마다 독특한 특징이 있는 것으로 분석되었다. 이와 같은 네 가지 유형별 결과를 분석한 결과, 대부분의 응답자들은 과거에 비해 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도라는 것이 생소한 개념은 아니었으나, 지금까지와 다른 학습 측면 보다는 ‘새로움, 확대’라는 커뮤니케이션 전달문제에서 다양한 의견 표출을 보여주었다. 다시 말해서, 디지털 시대에 있어서 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도는 다른 후보자에 비해 좀 더 차별적이고, 이미지 인식을 중점을 두는 것도 중요하지만, 무엇보다도 새로운 시대에 걸맞은 소비자 눈높이형으로 다가서야 되는 점에 의미를 두고 있었다.

향후, 고속도로 휴게소는 차량의 정비와 주유 뿐만 아니라 운전자 및 동승자의 생리적 욕구, 즉 음식문제를 해결할 수 있고, 운전자의 충분한 휴식공간과 대화의 공간이 절대적으로 필요하다. 이와 같은 일들이 정착됨으로써 고속도로 휴게소와 연계한 쇼핑물 및 각 지역의 특산물도 판매하는 종합적인 커뮤니케이션 기능을 갖춘 휴게소가 이용고객들에게는 중요한 의미를 줄 수 있을 것으로 보인다.

이 연구는 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 인식사례를 선택함으로써 다양한 사례와의 비교 분석이 이루어지지 못했다는 한계가 있다. 그럼에도 다양한 연구참여자의 참여경험을 연구해 나가기 위한 사전 단계로써 보다 심층적이고 특수한 연구를 위한 기초자료를 제시하는 데 의의가 있는 것으로 판단된다. 향후 후속연구에서는 보다 세밀한 Q방법



론의 질문항목과 분석방법을 개발하여 응답자들의 다각화와 객관화 분석을 점진적으로 시도하고자 한다. 이 연구에서 실시한 지역 대학생들의 인식은 후속 연구를 위한 토대로서 활용하고자 한다.

결론적으로, 지금까지 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도 관련 대중의 사회적, 심리적 특성이나 라이프스타일 유형화 등을 중심의 연구가 이루어져 왔고, 다각적인 문화 수용과 평가에 따른 목표고객별 대중의 유형화 작업은 다양하게 연구되지 못했다는 점에서 앞으로 많은 개선책이 제시되어야 할 것이다. 이에 추후 발전된 연구방향은 고속도로 휴게소 이용고객에 관한 지역 대학생들의 음식 선호도에 대한 다양한 이용자들의 인식 특성과 행태를 연결하여 분석하는 것이 요청된다.

#### 참 고 문 헌

- [1] 김상태, 호텔레스토랑 이용고객의 메뉴선택 행동에 관한 연구, 부경대학교 대학원 석사논문, pp.29-32, 2005.
- [2] 김홍규, “주관성 연구를 위한 Q방법론의 해”, 간호학 논문집, 제6권, 제1호, pp.1-11, 1992.
- [3] 김홍규, Q방법론의 이해와 적용, 서강대 언문문화연구소, p.45, 1990.
- [4] 나정기, 메뉴관리론, 백산출판사, pp.21-23.
- [5] 박유진, 고속도로 컨디션 외식사업 고객의 이용행태와 메뉴선택행동에 관한 연구, 세종대학교 대학원 조리외식경영학과 석사논문, p.2, 2010.
- [6] 문광식, 고속도로 휴게소의 시설개선 방안에 관한 연구, 연세대학교 산업대학원 석사논문, pp.32-35, 2001.
- [7] 문광식, 고속도로 휴게소의 시설개선 방안에 고나한 연구, 연세대학교 석사논문, p.27, 2001.
- [8] 서정희, “고속도로 휴게소에서 판매되는 식품의 세균학적 품질”, 한국식품위생안전성학회지, 15-2. 한국식품위생안전성학회, pp.61-67, 2000.
- [9] 선우동훈, “Q방법론에 의한 소비자행동 연구”, 광고연구, 여름호(제11호), 한국방송광고공사, p.7, 1991.
- [10] 유현중, 고속도로 휴게소의 가로시설물 디자인에 관한 연구, 경희대학교 석사논문, p.5, 1999.
- [11] 임효원, 레스토랑 이용고객의 메뉴선택행동에 관한 연구, 대구대학교 대학원 석사논문, pp.10-13, 1997.
- [12] 장형팔, 고속도로 휴게음식점 고객의 메뉴선택속성과 발전방안에 관한 연구, 단국대학교 경영대학원 관광경영학과 관광경영전공 석사논문, pp.1-2, 2010.
- [13] 최웅배, 고속도로 휴게소 발전방안 연구, 호남대학교 경영행정대학원 석사논문, pp.5-23, 1993.
- [14] 한국도로공사 휴게시설 안내, 2010.04.30 검색자료 참고.
- [15] 함형만, 고속도로 휴게소의 식당메뉴활성화 방안에 관한 연구, 경기대학교 관광대학원 석사논문, pp.16-26, 2001.
- [16] 함형만, 고속도로 휴게소의 식당메뉴 활성화 방안에 관한 연구, 경기대학교 관광전문대학원 석사논문, pp.27-32, 2000.
- [17] 함형만, 고속도로 휴게소의 식당메뉴 활성화 방안에 관한 연구, 경기대학교 관광전문대학원 석사논문, pp.50-57, 2000.
- [18] S. Brown, *Political Subjectivity: Applications of Q Methodology*, New Haven: Yale University Press. p.46, 1980.
- [19] 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.
- [20] J. Dryzek, *Discursive Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press. 1990.
- [21] Highway Research board, *High Capacity Manual* Washington D.C National Academy Sciences, p.8, 1985.
- [22] M. A. Khan, *Food Service Operations*, AVI Publishing Co. Inc. pp.42-44, 1987.

- [23] 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.525-238.
- [24] S. J. Simmon, Health: A Concept Analysis", *Int. J. Nurs. Study*, Vol.26, No.2, pp.155-161, 1989.
- [25] C. Spears, *Food Service Organization*, 2nd edition. N.Y: MacMillian Pub. Co.. pp.467-473, 1991.
- [26] W. Stephenson, *The Study of Behavior : Q Technique & its Methodology*, Chicago : Univ. of Chicago Press. 1953.
- [27] W. Stephenson, "Consciousness Out-Subjectivity," *In, The Psychological Record*, p.18, 1968.
- [28] 김홍규, 오세정, "공공디자인에 대한 수용자 태도 연구 : 선호와 기능성을 중심으로", *주관성연구*, Vol.21, pp.35-51, 2010.

이 제 영(Jei-Young Lee)

정회원



- 2005년 2월 : 한국외국어대학교 신문방송학과(정치학박사)
- 2005년 3월 ~ 2007년 8월 : (사) 미디어미래연구소 책임연구원
- 2008년 3월 ~ 현재 : 관동대학교 광고홍보학과 조교수

<관심분야> : 미디어 콘텐츠, 영상산업정책

#### 저 자 소 개

김 동 수(Dong-Soo Kim)

정회원



- 2001년 2월 : 상지대학교 관광경영학과(경영학사)
- 2003년 2월 : 경기대학교 외식산업경영학과(관광학석사)
- 2007년 8월 : 경기대학교 외식산업경영학과(관광학박사)
- 2006년 2월 ~ 현재 : 관동대학교 호텔조리외식경영학과 교수

<관심분야> : 관광, 외식경영