

전주지역 향토음식의 메뉴평가에 관한 연구

민 계 홍
전주대학교 문화관광대학 외식산업학과

Menu Evaluation for Native Foods in Jeonju Area

Kye-Hong Min
Dept. of Foodservice Management, College of Culture and Tourism, Jeonju University

Abstract

This study evaluated the menus of native foods menu in the Jeonju city area in order to present possible improvements. The study examined twenty native food restaurants that target the visitors to the Jeonju city area from July 20 to August 12, 2005. These restaurants specialize in Jeonjubimbap, Kongnamulgukbap, Hanjeongsik, and Dolsotbibimbap, which are all native foods of Jeonju. Restaurant patrons were randomly selected on leaving the study aim was explained, and questionnaires were distributed. of 200 papers, only 109 were suitable for statistical analysis. First, four factors of menu evaluation were drawn out: inner shape factor of food, outer shape factor of food, sanitation factor, and service factor. Second, the analysis showed statistically significant difference at the 5% significance level in age, job, and monthly income. Third, regression analysis between the factors on menu evaluation and the variables on their intention to visit the restaurant again, indicated that the inner shape factor of food influenced the intention to visit again. It is expected that these study results will assist the employees, restaurant managers, and chefs in making the best practical use of the basic ingredients to promote food quality and increase sales, which will lead to the further development of Jeonju city.

Key words : Jeonju area, native foods, restaurant, menu evaluation, service

1. 서 론

2005년 7월 1일부터 시행된 주 5일 근무제 즉, 주 40시간 근무제의 실시는 경제, 사회, 문화적으로 지대한 영향을 미칠 것으로 예상된다. 많은 전문가들은 불황을 극복하여 수익을 창출할 수 있는 가장 전망 있는 분야로 서비스 산업에서의 외식산업과

관광산업을 꼽고 있는데 그 중에서도 특히 외식업에 기대하는 관심이 많다. 전주시의 통계자료에 따르면 전주시에 등록된 향토음식점 수는 195여 개이고, 전주지역을 방문한 관광객은 2003년에는 673만 72명(내국인 6,682,116명/외국인 47,956명)이며, 2004년에는 전년대비 2.6% 증가한 699만 643명(내국인 6,950,195명/외국인 49,448명)으로 사상 최대치를 기록했다(전주시 문화관광과 2004). 특히 관광객들을 위한 관광 코스에는 향토음식점을 방문하여 향토음식을 맛보기 위한 체험 코스가 있는데, 호응도가 좋아 관광객이 증가하고 있는 추세이다.

전주는 예부터 맛의 본고장으로 익히 알려져 있으나

Corresponding author: Min, Kye-Hong, Jeonju University, 1200, Hyoja-Dong, Wansan-Gu, Jeonju 560-759, Korea
Tel: 063-220-2896
Fax: 063-220-2736
E-mail: mkhbasil@hanmail.net

오늘날 전주음식이 그 맛이 더 이상 옛날의 것이 아니며 그래서 고유의 향토음식을 맛 볼 수 있는 음식점이 점차 사라지고 있다는 지적이 있다. 즉 음식점의 상호만 보아서는 향토음식을 제공하는 인상은 주지만 정작 그 맛은 전주의 맛이 아니라는 의미이다. 그리고 전주지역의 향토음식에 대한 메뉴평가에 관한 국내의 전문적 연구는 거의 없었으며, 지금까지 메뉴평가를 통한 연구는 부족한 것으로 나타났다.

지금까지 메뉴 평가에 관한 국내 선행 연구들 중에는 한식 메뉴 상품 품질 평가에 관한 연구(Kim MH 2005), 방한 일본 관광객의 한국 전통음식 메뉴 품질 만족도에 관한 연구(Lee YJ 등 2005), 일본·중국 유학생의 한국음식에 대한 기호도 및 한식당의 개선방안에 관한 연구(Seo GH 2003), 호텔 한식 메뉴의 고객평가 요인에 관한 연구(Kim SJ 1999), 중국관광객의 호텔·레스토랑 메뉴평가에 관한 연구(Kim MJ, 1999)가 있었다. 이들 연구 논문에 대한 결과를 종합하면 인구통계학적 집단과의 관계를 분석하였는데 음식의 질적, 영양적, 메뉴의 다양성, 음식의 가격, 음식점의 위생 부분이 개선되어야 할 부분이라고 하였는데, 음식과 관련된 요인을 도출하여 고객의 욕구를 충족시키고 만족시킬 수 있는 대안을 제시하였다.

국의 선행연구에는 메뉴 평가의 선두 모델인 레스토랑의 수익성 분석에 관한 연구(Miller 1992)에서 메뉴를 평가할 때 메뉴의 계획과 디자인 과정을 고려하여 실제로 레스토랑에 적합한 항목만을 선택하여 평가할 수 있는 기준을 제시하였다. 특히 메뉴 평가와 관련된 선행연구는 그리 많지 않은데, 그 이유는 메뉴에 대한 특정 이론을 모든 레스토랑에 공통적으로 적용하거나, 또는 어느 특정 레스토랑의 메뉴 평가를 행하고, 그 평가와 분석에서 도출된 결과를 객관적으로 발표하는데 여러 가지 모순이 있기 때문으로 생각된다.

따라서 본 연구에서는 전주지역의 향토음식에 대한 메뉴평가를 실증적으로 분석하여 개선방안을 제시하고자 한다. 이를 토대로 관련기관인 전주시와 음식점을 경영하는 경영자, 조리실무자에게 유효한 자료를 제공하여 향후 전주지역 전통음식문화산업이 활성화되고 전주시내 향토음식점의 전체적인 음

식의 질적 향상이 되도록 인식시키는데 목적이 있다.

II. 연구방법

1. 가설의 설정

본 연구는 전주지역 향토음식에 대한 메뉴 평가 분석을 달성하기 위해서 가설을 설정하였는데, 가설은 Monar(1995)의 “A Model for Overall Description of Food Quality”에서 제시한 메뉴 상품 품질 연구 모형을 근거로 하여 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 전주지역 향토음식의 메뉴평가에 미치는 요인은 이용관광객의 인구 통계학적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2. 전주지역 향토음식의 메뉴평가에 미치는 요인은 재 방문 의사에 영향을 미칠 것이다.

설정된 가설의 채택과 기각은 유의 수준 0.05를 기준으로 이루어질 것이며, 본 연구의 결과는 메뉴의 전반적인 평가를 통하여 방문객 및 향토음식점 이용고객의 요구에 따른 메뉴의 관리를 가능하게 할 것이다.

2. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 전주지역을 방문한 방문객을 대상으로 설정하였으며, 조사기간은 관광객들이 많이 방문하는 여름휴가 시기인 2005년 7월 20일에서 8월 1일까지 실시를 하였다. 특히 정확한 응답과 결과를 위해 외국인 관광객들은 배제를 하였다.

3. 조사내용 및 방법

본 연구의 조사내용은 전주지역 향토음식의 메뉴 평가에 관하여 자료를 수집한 후 조사를 하였는데, 전주지역을 대표하는 향토음식(Han YJ 2004, 전주음식 2005)인 전주비빔밥, 콩나물 국밥, 한정식, 돌솥밥 향토음식점 20업소를 선정하였다. 그리고 향토음식점에서 식사를 하고 나온 방문객들을 임의로 선정한 후 연구의 취지를 설명하고 전주의 대표 향토음식이 무엇인지를 설명하고, 설문지를 배포하여 응답자가 직접 기입하는 자기기입법을 사용하여 설

문지 조사를 실시하였다. 총 200부중에서 198부를 회수하였으며, 6부는 설문지 기입에서 성의가 없거나 오기로 나타나 제외하고 192부만을 통계 처리하여 회수율은 99%이고 유효 표본은 97%이다

설문지 구성은 자기기입법에 의한 선택형 설문지 조사방법을 사용하였으며, 설문지 작성은 선행연구에서 사용된 설문과 이론을 근거로 설문지를 발췌하여, 본 연구자의 연구목적에 적합하도록 수정·보완하여 문항을 작성하였다.

첫째 문항은 인구통계학적 요인인 개인적인 특성 사항에 관한 질문으로 성별, 연령, 최종학력, 직업, 월수입, 거주 지역을 알고자 6개 세부사항으로 구성하였는데 명목척도와 구간척도로 구성하였다. 둘째 항목으로는 전주지역을 방문한 관광객들의 외식 이용 상황에 대한 사항 6개 항목으로 구성했으며, 전주의 향토음식 메뉴에 대한 평가 문항(18문항), 전주의 향토음식 메뉴향상을 위한 개선 문항(7문항) 등 총 37문항으로 구성되었다. 설문지 항목은 리커트(Likert)가 개발한 5점 등구간 척도(5-point interval scale)를 기준으로 응답하도록 하였으며, 각 척도의 기준으로 1점은 '전혀 아니다' 2점은 '그렇지 않다' 3점은 '보통이다' 4점은 '그런 편이다' 5점은 '매우 그렇다'로 제시하였다.

4. 통계처리

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩 과정을 거쳐, SPSS 12.0 Window 통계 패키지 프로그램을 이용하였으며(원태연 2004), 통계분석 중 조사대상자의 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(Frequency analysis), 신뢰도 분석(Reliability analysis), 요인분석(Factor analysis), 차이분석(T-test, ANOVA), 회귀분석을 실시하였다. 모든 통계 분석을 위한 유의도는 $p=0.05$ 수준으로 설정하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한 결과 성별, 연령, 최종학력, 직업, 월수입, 거주 지역은 Table 1과 같다.

조사응답자의 성별 구성에 있어서는 전체응답자 192명중 남성이 63명으로 전체 응답자의 32.8%이고, 여성은 129명으로 67.2%로 나타났으며, 연령별로는 25세 이하 29명으로 15.1%, 26~30세가 29명으로 전체의 15.1%, 31~35세가 41명으로 21.4%, 36~40세가 40명으로 20.8%, 40세 이상이 53명으로 27.6%를 차지하였다. 직업에서는 주부가 77명으로 40.1%로 가장 많았으며, 전문직이 30명으로 15.6%, 공무원이 25명으로 13.0%순으로 많았다.

월수입은 250만원 이상이 52명으로 27.1%이며, 200~250만원 미만이 40명으로 20.8%로 나타났다. 특히 100만원 이하가 46명으로 24.0%로 나타났는데 이는 대부분이 전문직, 주부, 학생으로 생활의 정도

Table 1. Characteristics of respondents

Characteristics	Categories	Frequency (N)	Percentage (%)
Gender	Male	63	32.8
	Female	129	67.2
Age	25 years	29	15.1
	26~30 years	29	15.1
	31~35 years	41	21.4
	36~40 years	40	20.8
	40 and over	53	27.6
Education	High school	53	27.6
	Junior collage	41	21.4
	University	76	39.6
	Graduate	22	11.5
Occupation	Student	20	10.4
	House worker	30	15.6
	Public officer	25	13.0
	Self-management	16	8.3
	Specialty	77	40.1
	Company unit	16	8.3
	Others	8	4.2
Monthly Income (Won)	≤ 1,000,000	46	24.0
	1,000,000~1,500,000	29	15.1
	1,500,000~2,000,000	25	13.0
	2,000,000~2,500,000	40	20.8
	≥ 2,500,000	52	27.1
Residence Area	Seoul	66	34.4
	Gyeonggi-do·Incheon	38	19.8
	Chungcheong-do	50	26.0
	Gyeongsang-do	16	8.3
	Others	22	11.5
Total		192	100.0

가 중·상류 방문객인 것으로 예상된다.

거주 지역은 서울 지역이 66명으로 34.4%로 나타났다, 충청도 지역이 50명으로 26.0%, 경기도·인천 지역이 38명으로 19.8%, 경상도 지역이 16명인 8.3%, 기타 지역이 22명으로 11.5%로 나타났다. 이는 수도권 지역에서 전주 지역을 많이 방문하는 것으로 사료된다.

2. 외식의 이용 상황

전주지역을 방문한 방문객들의 외식에 대한 이용 상황은 Table 2와 같다. 조사 내용은 년 평균 방문 횟수, 월 평균 외식 횟수, 1회 외식비용, 방문 이유,

Table 2. Respondent's consideration factors when they eat out

Division	Categories	Frequency (N)	Percentage (%)
Number of dining out (per month)	1	61	31.8
	2	50	26.0
	3	26	13.5
	4	9	4.7
	Anytime	46	24.0
Expense for dining out (Won)	≤ 10,000	19	9.9
	10,000~15,000	34	17.7
	16,000~20,000	35	18.2
	20,000~35,000	47	24.5
	≥ 35,000	57	29.7
Accompany	Alone	26	13.5
	Family	67	34.9
	Friends	67	34.9
	Workfellow	32	16.7
	The source of food information	Newspapers/Magazines	13
Internet		19	9.9
TV / Radio		27	14.1
Word of mouth		133	69.2
Reasons of visit the restaurant		Taste	97
	Native local foods	43	22.4
	Daily foods	31	16.1
	Nutritious	21	10.9
	Diet foods	0	0
Opinions for revisit	Never ever revisit	5	2.6
	Uncertainly revisit	5	2.6
	Ordinally	65	33.9
	Revisit	107	55.7
	Surely revisit	10	5.2
Total		192	100.0

동반 형태, 음식정보 원천, 먹는 이유, 재방문 의사이다. 조사 결과는 방문객들의 월 평균 외식 횟수는 2회가 50명으로 26.0%를 나타냈고, 1회 외식비용은 35,000원 이상 57명으로 29.7%를 나타냈다. 이는 전주를 방문한 관광객들이 중·상류층 생활정도에 해당하는 것으로 추측이 된다. 외식의 동반 형태는 가족끼리가 7명으로 34.9이고, 친구끼리가 67명으로 34.9%, 음식에 대한 정보는 친구나 동료에 의해 구전으로 듣는다가 133명으로 69.2%, 먹는 이유는 맛이 있기 때문이 97명으로 50.5%로 나타났다.

3. 설문지의 신뢰성 및 타당성 검증

설문지에 대한 타당성의 검증은 내적 일관성 신뢰도를 검증하는 크론바흐의 알파계수(Cronbach's alpha)를 이용하였다. 또한 요인분석(Factor analysis)은 항목들 간의 상관관계를 바탕으로 저변에 내재된 개념을 하나의 요인으로 추출해내는 분석방법이며, 데이터 축소를 통하여 정보를 함축적으로 사용할 수 있게 하는 동시에 측정된 항목들의 저변에 내재된 요인들 간의 다른 구조를 파악할 수 있게 해 주는 방법이다(정영해 2003). 28개의 변수의 신뢰도 검증결과 모든 변수들의 크론바흐 알파계수의 값이 0.855로 값을 나타내고 있어 연구에 이용된 18개의 변수는 신뢰도가 높은 것으로 나타났다. 보통 사회과학에서는 α 계수가 0.6이상이면 신뢰도가 높다고 볼 수 있다(Chae SI 2003).

메뉴평가에 대한 요인추출 결과 4개의 요인으로 나타났으며, 추출된 요인을 음식의 내형성 요인, 음식의 외형성 요인, 위생성 요인, 서비스 요인으로 명명하였으며, 각각의 아이젠 값이 1이상이므로 타당성이 검증되었다고 볼 수 있다.

첫째, 요인 1은 5개의 항목, 즉 “음식의 맛”, “음식의 간”, “음식의 온도”, “음식의 양”, “조미료의 사용”을 “음식의 내형성 요인”으로 명명하였다.

둘째, 요인 2에서는 5개 항목, 즉 “식기의 세련미”, “음식의 조화(외관, 장식, 색)”, “음식의 가짓수”, “메뉴의 다양성”, “메뉴의 가격”이 “음식의 외형성 요인”으로 명명되었다.

셋째, 요인 3에서는 4개 항목, 즉 “음식의 청결”, “음식의 신선도”, “메뉴의 주문에서 서비스 시간”, “식당의 위생상태”가 “위생성 요인”으로 명명되었

다. 넷째, 요인 4는 “종사원의 메뉴 지식”, “메뉴판 비치”, “종사원의 친절도”, “식당의 분위기”의 4개 항목이 “서비스 요인”으로 명명되었다. 요인분석의 결과로 각 항목들의 요인 적재치는 0.4이상으로 나타났으며, 각 항목의 설명력을 나타내는 공통치(communality)는 0.44이상으로 나타났다. 본 연구의 메뉴평가에 대한 신뢰도 및 요인분석 결과는 Table 3과 같이 나타났다.

4. 가설의 검증

가설 H1 : 전주지역 향토음식의 메뉴평가에 미치는 요인은 이용관광객의 인구 통계학적 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

1) 인구 통계학적 특성에 따른 메뉴평가 차이

전주지역 향토음식점 이용관광객의 인구 통계학적 특성에 따른 메뉴평가의 차이를 검증하기 위하여 t-tast 및 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 성별, 연령, 최종학력, 직업, 월수입, 거주 지역에 따른 메뉴평가 차이 분석 결과 연령, 직업, 월수입에서 유의수준 5%이내에서 통계적으로 유의한 차이를 보여서 본 가설을 채택할 수 있다.

(1) 성별에 따른 T-tast

성별에 따른 향토음식의 메뉴평가 차이를 살펴보기 위하여 t-tast를 실시하였더니 그 결과는 Table 4와 같다. 평균치와 t-검증 결과 유의수준 0.05에서 음식의 내형성 요인, 음식의 외형성 요인, 위생성 요인에 있어서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 음식의 외형성 요인과 위생성 요인에서는 여성보다는 남성이 평균값이 높게 나타났다.

(2) 연령에 따른 분산분석

연령에 따른 향토음식의 메뉴 평가 차이를 살펴보기 위하여 일원배치 분산분석을 실시한 결과는 Table 5와 같다. 위생도 요인에 있어서 집단간의 차이가 있는 것으로 나타났으며, 평균치는 36~40세가 가장 높은 평균치를 나타냈다. 사후검증인 단칸 검

Table 4. t-tast result as respondent's sex analysis

Factor	Group average		t	p
	Male	Female		
Inner shape of food	3.21	3.29	1.984	.049*
Outer shape of food	3.52	3.18	5.112	.000*
Hygiene	3.10	2.93	2.415	.017
Service	2.98	2.81	-.906	.360

1) * p < 0.05.

Table 3. Reliability test for menu evaluation items

Factor	Items	Mean±SD	Alpha if Item Deleted	Dispersion ratio(%)	Accumulation ratio(%)	Eigen-Values
Inner shape of food	Taste	3.76±.692	.838			2.639
	Seasoning	3.60±.786	.833			
	Temperature	3.26±.809	.836	14.662	14.662	
	Artificial flavor usage rate	2.41±.955	.849			
	Capacity	3.48±.779	.832			
Outer shape of Food	Polished tableware	3.04±.827	.829			2.430
	Harmony of foods	3.32±.779	.837			
	Number of side dishes	3.82±.945	.847	13.502	28.164	
	Diversity of menu	3.29±.986	.831			
	Menu of Price	3.22±.764	.838			
Hygiene	Cleanness of foods	2.98±.828	.839			2.349
	Freshness of foods	3.24±.905	.842	13.052	41.216	
	Time from ordering to serve	3.01±.822	.834			
	Cleanness of restaurant	2.27±.928	.843			
Service	Employee a basic knowledge about menus	2.87±.798	.833			1.854
	Menubook furnish	2.96±.873	.834	12.725	53.941	
	Employee kindness	2.34±.910	.850			
	Atmosphere of the restaurants	2.96±.715	.842			
Standardized item alpha				.855		

1) 5-point Likert scale(1=disagree very much, 5=agree very much)

증에서는 25세 이하와 40세 이상이 비슷한 성향을 보이고 있으며, 26~30세와 36~40세에서 비슷한 성향을 보이고 있다. 나머지 연령에서는 각기 다른 성향을 나타냈다.

2) 학력에 따른 분산분석

학력에 따른 분산 분석 결과는 Table 6과 같다. 향토음식의 메뉴 평가에 관한 분산 분석 결과 유의 수준 0.05이하에서 음식의 외형성 요인과 위생성 요인, 서비스 요인에서 각각 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 사후 검증에 의한 던컴 검증에 의해서는 음식의 외형성 요인에서 고졸과 2년제 대학 졸업생에서 비슷한 성향을 나타내고 있으며 평균치는 고졸에서 가장 높은 평균치를 나타내고 있다. 위

생도 요인에서는 고졸과 4년제 대학 졸업생이 비슷한 성향을 나타내고 있다.

3) 직업에 따른 분산분석

직업에 따른 분산 분석 결과는 Table 7과 같다. 음식의 내형성 요인, 서비스 요인의 F 통계량은 각각 2.325, 3.400으로 나타났으며, 각각의 p-value는 0.035, 0.003으로 유의 수준 0.05보다 작으므로 채택되며, 따라서 직업의 종류에 따라 음식의 내형성 요인과 서비스 요인에는 차이가 있다고 판단된다.

4) 월수입에 따른 분산분석

월수입에 따른 분산 분석 결과는 Table 8과 같이 유의수준 0.05 이하에서 음식의 내형성 요인이 유의

Table 5. Respondent's age analysis

Factor	Age					F	p
	Under 25	26~30	31~35	36~40	Over 40		
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD		
Inner shape of food	3.48±.785	3.00±.964	3.07±.755	3.30±.823	3.40±.716	2.307	.060
Outer shape of food	3.03±.778	3.24±.689	3.00±.592	3.40±.778	3.36±.857	2.338	.057
Hygiene	2.93 ^{ab} ±.933	3.17 ^a ±.759	2.66 ^b ±.656	3.28 ^a ±.905	2.94 ^{ab} ±.718	3.421	.010*
Service	3.07±.923	2.90±.912	2.78±.571	2.78±.891	2.89±.670	.730	.572

1) ^{a,b}Means in a row followed by different superscripts are significantly different at the p<0.05 level

2) 5-point Likert scale(1=disagree very much, 5=agree very much)

Table 6. Respondent's academic background analysis

Factor	Education				F	p
	High school	Junior college	University	Graduate		
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD		
Inner shape of food	3.34±.831	3.07±.932	3.30±.783	3.32±.582	.825	.511
Outer shape of food	3.11 ^b ±.847	3.07 ^b ±.648	3.25 ^{ab} ±.751	3.79 ^a ±.631	3.550	.008
Hygiene	2.00 ^{ab} ±.784	2.71 ^b ±.782	2.08 ^{ab} ±.917	2.74 ^a ±.928	5.202	.001
Service	3.06±.795	2.76±.624	2.71±.892	3.21±.631	2.664	.034

1) ^{a,b}Means in a row followed by different superscripts are significantly different at the p<0.05 level

2) 5-point likert scale(1=disagree very much, 5=agree very much)

Table 7. Respondent's job analysis

Factor	Job							F	p
	Student	House worker	Public officer	Self management	Specialty	Company unit	Other		
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD		
Inner shape of food	3.75±.639	3.27±.755	2.88±.971	3.02±.957	3.27±.691	3.42±.793	3.25±.886	2.325	.035*
Outer shape of food	3.10±.912	3.23±.742	3.24±.663	3.24±.619	3.23±.935	3.21±.793	3.38±.518	.220	.970
Hygiene	3.25±.909	2.97±.743	3.04±.920	2.63±.619	2.83±.648	3.19±.750	2.98±.835	1.241	.287
Service	3.40±.940	2.91±.729	2.72±.678	3.13±.619	2.87±.571	3.00±.894	3.13±.641	3.400	.003*

1) p<0.05 level

2) 5-point likert scale(1=disagree very much, 5=agree very much)

적인 차이를 보이고 있다.

5) 거주지역에 따른 분산분석

거주지역에 따른 분산 분석 결과는 Table 9와 같이 유의수준 0.05 이하에서 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

가설 H2 : 전주지역 향토음식의 메뉴평가에 미치는 요인은 재 방문 의사에 영향을 미칠 것이다.

가설 H2는 향토음식점의 메뉴평가에 미치는 요인과 재 방문 의사간의 영향을 미치는 정도를 규명하기 위한 회귀분석 결과이다. 이러한 가설을 검증하

기 위하여 메뉴 평가에 미치는 요인인 음식의 내형성 요인, 음식의 외형성 요인, 위생성 요인, 서비스 요인을 독립변수로 하고, 재 방문 의사를 종속 변수로 하여 회귀 분석을 실시하였더니 그 결과는 다음과 같다. 전체 설명력을 의미하는 결정계수 R² (R-square)의 값이 0.661로 나타나 종속변수가 설명되어지는 부분의 비율이 전체의 66.1을 설명하고 있는 것으로 나타났다. 또한 유의확률이 0.000이므로 전체적인 통계에 대한 유의 확률이 상당히 유의함을 알 수 있다. t 값의 유의도에 의해 재 방문 의사에 영향을 미치는 변수는 음식의 내형성 요인인 것으로 나타났다. 표준화 계수에서도 0.201로 가장 크게 나타나 음식의 내형성 요인이 가장 설명력이 있

Table 8. Respondent's income analysis

Factor	Monthly Income(Won)					F	p
	≤1,000,000	1,000,000~1,500,000	1,500,000~2,000,000	2,000,000~2,500,000	≥2,500,000		
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD		
Inner shape of food	3.59±.777	3.03±.944	3.24±.965	3.38±.490	3.02±.641	4.042	.004*
Outer shape of food	3.13±.909	3.21±.819	3.52±.823	3.30±.564	3.12±.676	1.493	.206
Hygiene	3.11±.908	2.93±.704	2.76±.597	3.13±.853	2.90±.693	1.164	.328
Service	3.03±.924	2.76±.577	2.92±.862	2.78±.768	2.75±.622	1.857	.120

- 1) p<0.05 level
- 2) 5-point Likert scale(1=disagree very much, 5=agree very much)

Table 9. Respondent's residential district analysis

Factor	Residence of area					F	p
	Seoul	Gyeonggi do · Incheon	Chungcheong do	Gyeongsang do	Others		
	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD		
Inner shape of food	3.42±.842	3.13±.578	3.36±.921	2.94±.574	3.00±.816	2.382	.053
Outer shape of food	3.27±.735	3.39±.855	3.20±.808	3.25±.775	2.82±.395	2.164	.075
Hygiene	2.91±.836	3.05±.769	3.14±.904	3.00±.894	2.73±.631	1.179	.322
Service	2.71±.873	2.83±.512	3.14±.857	2.88±.957	2.82±.798	2.196	.071

- 1) 5-point Likert scale(1=disagree very much, 5=agree very much)P < 0.05에서 유의함.

Table 10. Regression analysis result for menu evaluation factor of native foods and revisit thought

Variable	Divid	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
Constant		1.034	.212		4.874	.000*
Inner shape of food		.065	.049	.201	1.314	.000*
Outer shape of food		.016	.053	.023	.302	.036
Hygiene		.122	.050	.195	2.459	.015
Service		.023	.052	.036	.450	.653

- 1) R² : 0.661, Adjusted R² : 0.641, df 1= 18, df 2= 91
- 2) p : 0.000* (*p < 0.01)
- 3) Subordination a variable number : Revisit thought

Table 11. Improvement points of native foods (n=192)

items		Taste	Plate	Atmosphere	Menubook furnish	Uniform	Service	Dessert
Visitor	Male	16(8.3)	10(5.2)	13(6.8)	8(4.2)	7(3.6)	6(3.1)	3(1.6)
	Female	29(15.1)	26(13.5)	23(12.0)	15(7.8)	14(7.3)	12(6.3)	10(5.2)

는 요인으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

5. 향토음식의 개선방안(다중응답)

방문객들은 전주를 대표하는 향토음식의 개선해야 할 부분에 대해서는 Table 11과 같이 나타났다. “음식점의 분위기(위생 및 청결)” 부분이 23.4%로 가장 높았다. 그 다음으로는 “음식을 담는 그릇”이 18.7%, “음식의 맛”이 18.8%, “메뉴판의 제작”이 12%, “종사원의 유니폼”이 10.9%, “종사원의 서비스”가 9.4%, “다양한 후식의 개발”이 6.8% 순이었다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 맛의 고장이라고 할 수 있는 전주지역의 향토음식에 대한 메뉴평가를 실증적으로 분석하여, 개선방안을 제시하고자 전주를 방문해 주신 방문객을 대상으로 의견을 수집하고, 이를 토대로 전주지역 발전을 위한 전략을 마련하고 관련 연구 자료로 활용하기 위하여 조사하였는데, 그 결과와 제언은 다음과 같다.

첫째, 전주지역 향토음식의 메뉴평가에 대한 요인 추출 결과 4개의 요인으로 나타났으며, 추출된 요인을 음식의 내형성 요인, 음식의 외형성 요인, 위생성 요인, 서비스 요인으로 나타났다.

둘째, 전주지역 향토음식점 이용관광객의 인구 통계학적 특성인 성별, 연령, 최종학력, 직업, 월수입, 거주 지역에 따른 메뉴평가 차이 분석 결과 연령, 직업, 월수입에서 유의수준 5%이내에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다.

셋째, 전주지역 향토음식의 메뉴평가에 미치는 요인과 재 방문 의사간의 영향을 미치는 정도를 규명하기 위한 회귀분석 결과 메뉴 평가에 미치는 요인인 음식의 내형성 요인, 음식의 외형성 요인, 위생성 요인, 서비스 요인을 독립변수로 하고, 재 방문 의사를 종속 변수로 하여 회귀 분석을 실시하였다

니 유의확률이 0.000이므로 전체적인 통계에 대한 유의 확률이 상당히 유의함을 알 수 있다. 또한 재 방문 의사에 영향을 미치는 변수는 음식의 내형성 요인인 것으로 나타났다.

넷째, 전주를 대표하는 향토음식의 개선방안을 제시하는 요인은 “음식의 맛” 요인이 가장 중요하게 나타났는데, 우리나라에서 대표적인 전통음식의 고향인 전주지역의 옛 맛을 되찾는데 힘을 기울여야 하며, 음식의 질적 향상을 도모하여야 한다.

이상의 연구를 수행하는 과정에서 약간의 어려움이 있었다. 조사 대상자의 인원 제한과 향토음식점에서 식사를 하고 나온 방문객들이 설문지 작성 장소의 제한으로 인한 문제가 연구의 한계점이라 할 수 있다. 이러한 한계점을 극복한 더 좋은 환경에서의 세밀한 조사가 필요하며 향후 체계적이고 지속적인 연구가 이루어져야 하겠다. 따라서 본 연구는 전주지역의 향토음식에 대한 메뉴평가와 개선방안을 제시하여 우리나라에서 대표적인 전통음식의 고향인 전주지역의 옛 맛을 되찾는데 힘을 기울여야 하며, 전주시내 향토음식점의 전체적인 음식의 질적 향상을 도모함으로써 전주시의 관계 기관, 음식점을 경영하는 경영자나 조리실무자의 기초 자료를 제공하고 활용할 수 있게 하여 전주지역의 경제발전과 성장에도 이바지 할 수 있을 것으로 사료된다.

참고문헌

원태연. 2004. 통계조사분석. SPSS 아카데미. 서울. pp 257-276
 전주시. 2004. 전주시통계 연보. 문화관광과. 전주. p 300
 정영해. 2002. 통계자료분석. 광주사회조사연구소. 광주. pp 325-327
 채서일. 2003. 사회과학조사 방법론. 학연사. 서울. pp 181-182
 한영주. 2004. 전라북도 문화산업 육성방안. 전북발전연구원. 전주. p 351
 Kim MJ. 1999. A Study on Menu Evaluation of Chinese Tourist's Hotel and Restaurant. Doctorate thesis. The

- Kyonggi University of Korea. p 13.
- Kim MH. 2005. Quality Assessment of Korean Restaurant Cuisine. Korea J. Foodservice Management. 8(2):174-180
- Kim SJ. 1999. A Study on The Customer's evaluation factors of the Korean Restaurant Menus in Hotels. Master thesis. The Kyonggi University of Korea. p 34
- Seo GH. 2003. Research on Korean Food Preference and the Improvement of Korean Restaurants for Japanese and Chinese Students in Korea. Korea J Food Cookery Sci 19(6):715
- Lee YJ, Seo YJ, Joo HS, Choi SK. 2005. A Study on the Satisfaction for the Menu Quality of Korean Traditional Food of Japanese Tourists. Korea J Food Culture. 20(2):283
- Jack E, Miller. 1992. Profitability Analysis for Table-Service Restaurant. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quality. April.
- Monar. PJ. 1995. A Model for Overall Description of Food Quality. Food Quality and Preference. p 6
- [http : //www. jeonjufood. or. kr](http://www.jeonjufood.or.kr). Accessed January 9, 2006
-
- (2006년 1월 9일 접수, 2006년 2월 21일 채택)