

석 사 학 위 논 문

약선요리전문점의 메뉴선택속성이
고객만족 및 장기관계지향성에 미치는
영향에 관한연구

2014년

한성대학교 경영대학원

호텔관광외식경영학과

외 식 경 영 전 공

김 경 자

석사학위논문
지도교수 허진

약선요리전문점의 메뉴선택속성이
고객만족 및 장기관계지향성에 미치는
영향에 관한연구

A Study on the Influence of Medicated Diet Restaurant's
Menu Selection Attributes on Customer Satisfaction and
Long-term Relationship Orientation

2013년 12월 일

한성대학교 경영대학원

호텔관광외식경영학과

외식경영전공

김 경 자

석사학위논문
지도교수 허진

약선요리전문점의 메뉴선택속성이
고객만족 및 장기관계지향성에 미치는
영향에 관한연구

A Study on the Influence of Medicated Diet Restaurant's
Menu Selection Attributes on Customer Satisfaction and
Long-term Relationship Orientation

위 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함

2013년 12월 일

한성대학교 경영대학원

호텔관광외식경영학과

외식경영전공

김 경 자

김경자의 경영학 석사학위논문을 인준함

2013년 12월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

국 문 초 록

약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향에 관한연구

한성대학교 경영대학원
호텔관광외식경영학과
외식경영전공
김 경 자

현대사회는 100세 시대로 경제 수준의 성장으로 인한 소득수준 향상과 라이프스타일의 변화에 따라 생활과 의식주 수준에도 큰 변화가 일어나고 있다. 특히 음식에 대한 인간의 욕구는 사회, 경제, 문화와 풍습, 개인소득, 개인취향 등 다양한 요인에 의해 영향을 받게 되며, 현대인들에게 질병치료의 차원, 또는 성인병을 미연에 예방하고자 하는 측면에서 외식소비자들은 약선요리를 선택하는 동기가 되고 있다.

따라서 본 연구는 약선요리전문점의 메뉴선택속성과 고객만족, 그리고 장기관계지향성 간의 영향관계를 규명하여 약선요리전문점의 고객유지 및 고객확보를 위한 마케팅 전략을 수립하고자 하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 부합되는 측정지표를 추출 하였으며, 연구개발을 위한 연구 모형과 가설을 설정하고 약선요리전문점의 고객들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

약선요리전문점의 메뉴선택속성 요인인 ‘약리작용’, ‘약선조리법’, ‘약선품질’, ‘영양성분’, 고객만족, 그리고 장기관계지향성 간의 영향관계를 분석하기 위하여 구조방정식 모형을 이용하여 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 대한 약리작용은 고객만족에 유의한 영

향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

둘째, 약선조리법, 약선품질, 영양성분은 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 주재료가 영양적 가치에 미흡하다는 측면과 특수한 영양목적은 소비자들에게 만족할 만한 가치를 제공하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 약선요리에 대한 가격, 신선도, 청결성, 기물의 품질 등 약선요리에 대한 다양성이 아직도 고객의 욕구를 충족시키지 못하고 있음을 반증하기 때문에 약선요리의 소비자들에게 만족할 만한 영양성분이 함유된 약선요리의 식재료에 대한 확보가 선행되어야 하며 약식재료를 바탕으로 한 다양한 약선요리를 개발하여 약선요리의 품질을 향상시켜야 할 것으로 판단된다.

셋째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성과 장기관계지향성에 대한 약리작용, 약선조리법, 약선품질은 장기지향성에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

넷째, 영양성분은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

다섯째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 대한 고객만족이 장기관계지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 약선요리 음식을 섭취하는 것이 건강에 도움이 되고, 약선요리전문점과 지속적 관계를 유지하며, 가격적인 부담이 되더라도 지속적으로 장기간 이용하겠다는 것으로 이해할 수 있다.

약선요리전문점의 요리는 이러한 외식소비자의 욕구에 부응하지 못하고 있는 것이 현실이다. 따라서 이와 같은 연구결과를 토대로 시사점은 약선요리전문점의 선택속성요인인 약리작용, 약선조리법, 약선품질, 영양성분은 성인병을 예방하고, 균형 있는 식품이며 건강관리에 적합한 것으로 좀 더 다양한 약식재를 첨가하여 체질에 맞는 영양성분을 높여주고 다양한 메뉴를 개발하여야 하며, 기본 소양을 갖춘 약선사 및 약선 조리사등 전문인 양성이 무엇보다 필요하며 현대화된 주방 기기와 장비 등을 다양하게 활용 할 수 있는 조리방법을 체계적으로 연구하고 보완하여 차별화되고 다양한 고객의 욕구를 충족하기 위해서는 향후에는 경쟁우위의 약선요리 조리법의 개발이 무엇보다도 필요한 사안이라 하겠다.

【주요어】 약선요리, 메뉴선택속성, 계절약선, 고객만족, 장기관계지향성

목 차

I. 서 론	1
1.1 문제제기 및 연구의 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	4
II. 이론적 배경	6
2.1 약선요리	6
2.1 1 약선요리의 개념 및 정의	6
2.1 2 약선요리의 구성요소 및 분류	7
2.1 3 약선요리에 관한 선행연구	25
2.2 메뉴선택속성	29
2.2 1 메뉴의 개념	29
2.2 2 메뉴선택속성 및 영향요인	33
2.2 3 메뉴선택속성에 관한 선행연구	36
2.3 고객만족 및 장기관계지향성	40
2.3 1 고객만족과 장기관계지향성의 개념	40
2.3 2 고객만족과 장기관계지향성에 관한 선행연구	45
2.3 3 메뉴선택속성과 고객만족, 장기관계지향성과의 영향관계	49
III. 연구설계	51
3.1 연구의 모형 및 가설의 설정	51

3.1 1 연구의 모형	51
3.1 2 연구가설의 설정	51
3.2 표본설계	54
3.2 1 조사표본의 설계	54
3.3 2 분석 방법 및 절차	55
3.3 3 설문지의 구성	57
IV. 실증분석	60
4.1 표본의 인구통계학적 특성	60
4.2 타당도 및 신뢰도 검증	62
4.3 확인적 요인분석	66
4.4 잠재변수간의 상관관계	68
4.5 가설의 검증	69
4.5 1 전체 연구모형의 적합도 검증	69
4.5 2 연구가설의 검증결과	70
V. 결 론	72
5.1 연구 결과의 요약	72
5.2 연구결과에 대한 시사점	73
5.3 연구의 한계점과 향후 연구방향	74
참고문헌	76
부 록	86
ABSTRACT	90

표 목 차

〈표 1〉 식재와 약재의 성질에 따른 분류와 효능	14
〈표 2〉 5가지 맛에 따른 약선 식품의 종류와 그 작용	17
〈표 3〉 자연계의 오행배속	23
〈표 4〉 보양약선 섭취를 위한 건강상태 분석	24
〈표 5〉 약선요리에 관한 선행연구의 결과	26
〈표 6〉 메뉴의 정의	30
〈표 7〉 메뉴선택에 영향을 주는 요소	36
〈표 8〉 메뉴선택속성에 관한 선행연구	39
〈표 9〉 고객만족의 정의	41
〈표 10〉 장기적 관계지향성의 구성요소 정의	44
〈표 11〉 고객만족과 장기관계지향성에 관한 선행연구	47
〈표 12〉 모집단의 규정 및 표본	55
〈표 13〉 설문지의 구성	58
〈표 14〉 표본의 인구통계학적 특성	61
〈표 15〉 약선요리 선택속성에 대한 탐색적 요인분석결과	64
〈표 16〉 고객만족 및 장기관계지향성에 대한 탐색적 요인분석 결과	65
〈표 17〉 전체연구모형에 대한 확인적 요인분석결과	67
〈표 18〉 약선 요리 선택속성, 장기지향성, 고객만족에 대한 상관관계 행렬 분석 결과	68
〈표 19〉 전체연구모형에 대한 모수추정결과	71

그림 목 차

〈그림 1〉 오미의 선입장부	19
〈그림 2〉 메뉴선택 동기	31
〈그림 3〉 메뉴기획의 고려요인	31
〈그림 4〉 음식선호와 섭취빈도 : 음식 선택 요인과 소비자 요인	33
〈그림 5〉 음식에 대한 습관, 수용 및 선호에 영향을 미치는 요인	38
〈그림 6〉 연구모형	51
〈그림 7〉 연구모형의 AMOS 분석결과	69

I. 서 론

1.1 문제제기 및 연구의 목적

현대사회는 100세 시대로 장수에 앞서 얼마나 건강하게 살 수 있는가에 관심이 모아지고 있다. 경제 수준의 성장으로 인한 소득수준 향상과 라이프스타일의 변화에 따라 생활과 의식주 수준에도 큰 변화가 일어나고 있으며 더더욱 음식에 대한 인간의 욕구는 사회, 경제, 문화 풍습, 개인소득, 개인취향 등 다양한 요인에 의해 영향을 받고 있다(나정기, 2004, pp.137-155).

외식비와 외식 횟수의 증가는 외식산업이 성장하고 그로인한 건강에 미치는 영향력이 커진다는 것을 의미한다. 또한 외식시장의 성장은 환경 호르몬과 농약에 노출된 먹거리와 가공식품 및 인스턴트식품의 범람으로 인한 식생활의 불량으로 기인해 비만과 성인병의 증가를 가져와 건강상의 문제점을 증폭시키고 있다(이원갑, 2008, p.1). 이러한 식생활의 변화에 따른 부작용으로 현재 외식소비자들은 비만, 암, 성인병 등의 위험에 노출되어있다(최웅, 2007, p.24). 그러나 서구형 외식 문화의 발달이 한국인의 체질을 서서히 변화시켰다는 점에서 외식산업의 질적인 발전을 이룩하였다고 단언할 수 없다(최성웅, 2010, p.2). 따라서 외식에 포함되어 있는 여러 만성병의 근원이 될 수 있는 영양성분인 열량, 지질, 나트륨 등을 보다 낮은 수준으로 조절한 음식의 출현이 필요한 시점이 되었다고 할 수 있다.

또한 100세시대의 외식 소비 트렌드의 주류적 방향은 량(量)의 시대에서 질(質)의 시대라는 변화로 외식소비자의 삶의 질 문제와 컨슈머리즘(consumerism)의 확대로 패러다임이 바뀌어져 가고 있다. 이제는 단순히 장수의 문제가 아니라 늘어난 기대수명 만큼의 기간 동안을 어떻게 건강하게 살아가느냐 하는 것이 주된 관심의 대상이었고, 사람들은 자신의 건강한 삶을 인생의 가장 우선순위에 두고 있다(박정숙, 2002, pp.194-204).

이러한 건강에 대한 인식의 변화가 육체적 · 정신적 건강의 조화를 이루며 건강하고 행복한 삶을 추구하는 삶의 유형인 웰빙(well-being)의 개념이 대두되었다. 웰빙은 바로 건강한 삶이라고 생각하는 이들이 가족의 건강을 위해 도심의 공해

와 바쁜 일상에서 벗어나 신체적, 정신적 안정을 추구하는 것이다(최성웅, 2010, pp.1). 웰빙에 대한 개념은 식생활에 대한 관심으로 이어져 유기농 농산물 소비가 증가하고, 전통적 재배법과 조리법을 이용한 슬로우 푸드 운동을 전개하고 있으며, 올바른 식생활로 건강을 지키려는 움직임이 활발해지고 있다(조수경, 2010, p.1).

건강과 관련된 메뉴의 성향은 두 가지 방향으로 크게 요약할 수 있으며 방병치병(防病治命), 자보강신(滋補强身), 항로연년(抗老延年)을 목적으로 한 약선 음식들로 음식의 보양기능성과, 다른 하나는 최근 웰빙과 LOHAS의 영향으로 저칼로리, 저지방, 저콜레스테롤, 저염분, 식이섬유소와 같은 웰빙식이 건강식의 개념으로 설명되고 있다(김태희, 2002, pp.629-637). 약선 음식은 각각의 성질, 색깔, 향기, 맛, 모양 등의 효과 있는 음식으로 외식소비자들의 맛있는 음식에 대한 미식욕구를 충족시키는 동시에 생리기능과 신체기능의 증진으로 질병발생을 예방하고, 질병치료의 보조 및 신체기능 촉진 등의 작용을 한다(정구점, 2005, p.56).

국내의 경우 전통적으로 특수영양목적에 강조한 보양식을 건강메뉴로 받아들여 문화적 태도와 검증되지 않은 웰빙식이 건강메뉴로 인식되고 있다. 이는 건강메뉴가 명확하지 못한 원인이 각 나라의 식습관, 생활양식, 영양 상태에 따라 다르다는 자의적이고 주관적인 인식으로 나타난 결과(송홍규, 2007, pp.56-58)이며, 웰빙이 개인의 건강만 너무 추구하기 때문이다. 이러한 문제점을 해결하기 위한 방편의 하나로 현재 한국 약선요리가 건강 음식으로서 한 부분을 차지하고 있다.

또한 소비자들은 상품 선택에 있어 건강과 환경을 우선적으로 고려하여 구매하는 성향이 강하며, 다소 비싼 가격의 제품이라도 친환경적이고 유기농법으로 재배한 식품들을 선택하는 추세이다. 지금까지 웰빙 트렌드와 관련하여 발표된 선행 논문들을 살펴보면, 연구의 내용은 대부분 라이프스타일, 선택속성, 메뉴선택, 고객충성도나 고객만족등의 분석에서 그친 연구였다는 점에 한계가 있었다. 그 외에 마케팅 측면에서의 웰빙이나 로하스의 건강메뉴성향(송홍규, 김홍길, 2008, pp.83-99)등의 연구가 있었을 뿐이다.

우리나라의 건강증진 방향을 살펴보면, 조기발견과 치료에서 질병예방으로 전환되고 있으며, 성인병·생활습관병 예방을 통한 건강수명 연장과 건강형평성 제고를 건강증진에 대한 사업목표로 삼고 있으며 현대의 병인 성인병·생활습관병은

안전한 식품을 올바르게 섭취함으로써 예방이 가능하다(박희자, 2008, p.2).

그러므로 100세 건강 추구시대에 따른 약선 요리의 특성을 분석하는 것만이 아닌 그들 간의 상호 관련성과 작용을 살펴보고 향후 지속될 시대에 맞춰 약선 음식을 보다 구체적이면서 직접적으로 외식소비자에게 보급하는 방법을 모색할 필요가 있다.

또한 로하스 지향 행동을 하나의 문화현상으로 로하스상품의 구매행동을 포함한 상품을 구매하지 않고서도 로하스를 지향하는 다양한 비 구매행동까지를 포함하여 포괄적인 개념으로 다룬 연구(김민서, 전양덕, 2007, pp.49-60)는 극히 일부이며, 이들 연구 또한 탐색적인 연구단계에 있는 것으로 분석되었다. 이러한 맥락에서 외식소비자가 추구하는 다양한 가치가 새로운 메뉴로 부각되고 있는 약선 요리에 대한 태도를 어떻게 형성하게 되며 어떠한 건강지향성향으로 나타나게 되는지를 체계적으로 파악해야 할 시점에 있는 것이다(최성웅, 2010, p.6).

물질적 가치나 명예보다 신체와 정신의 건강한 삶을 더 큰 가치로 생각하는 힐링 라이프스타일이 외식트렌드의 변화를 가져 왔으며 환경과 인간의 상호 관계적 시각에 따른 외식 트렌드는 이제 단순한 경제적 가치를 뛰어넘어 사회문화적으로 인식이 확대되고 친환경, 웰빙, 유비쿼터스, 힐링등 다양한 신개념들이 점차 트렌드의 중심으로 부각되고 있는 시점의 소비자들은 상품 선택에 있어 환경과 건강을 우선적으로 고려하여 구매 하는 경향을 보이며, 다소 비싼 가격의 제품이라도 친환경적이고 유기농법으로 재배한 식품들을 선택하는 추세이다(최성웅, 2010, pp.4).

따라서 본 연구에서는 약선요리전문점의 메뉴선택속성과 고객만족 그리고 장기관계지향성의 영향관계를 파악하고, 규명하는 것을 연구의 목적으로 설정하였다.

이러한 본 연구의 세부적인 목적을 다음과 같이 다섯 가지로 제시할 수 있다.

첫째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족에 미치는 영향관계를 규명한다.

둘째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 장기관계지향성에 미치는 영향관계를 규명하고자 한다.

셋째, 약선요리전문점의 고객만족도가 장기관계지향성에 미치는 영향관계를 규명하고자 한다.

넷째, 이와 같은 변수간의 영향관계를 규명하여 약선요리전문점의 고객유지 및 고객확보를 위한 마케팅 전략을 수립한다. 아울러 약선 음식의 문제점을 도출하여 향후 약선 음식이 나아가야 할 방향을 제시하고, 외식산업의 한 축으로 성장할 수 있는 효율적인 운영방안과 유용한 정보를 제공하는 것이 본 연구의 궁극적인 목적이다.

1.2 연구의 범위와 방법

본 연구의 시간적 범위는 2013년 10월이며, 공간적 범위는 서울과 수도권지역의 약선요리전문점을 이용해본 경험이 있는 고객 550명으로 한정하여 약선요리메뉴에 대한 고객선호도와 선택 행동을 조사하고 약선요리전문점의 방문시 메뉴선택사항을 파악하고 고객만족 및 장기관계지향성에 대한 관계를 중심으로 조사하였다.

본 연구는 문헌적인 연구와 실증적인 연구를 병행하여 약선요리와 관련된 기존의 문헌을 폭넓게 고찰해 봄으로써 이와 관련된 이론적 고찰을 진행하였다.

연구의 내용적 범위는 1장 서론을 포함하여 총 5장으로 구성하였으며, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

제 1장은 서론 부분으로 연구의 배경 및 연구의 목적을 제시하였으며, 연구의 방법 및 연구의 범위를 제시하였다.

제 2장은 이론적 배경으로서 약선요리, 메뉴선택속성, 고객만족 및 장기관계지향성에 관한 이론으로 국내외 선행 연구를 중심으로 기술하였다.

제 3장은 연구 설계 부분으로 조사의 목적과 연구를 수행하기위한 연구 설계의 방법을 제시하고 연구모형, 연구가설, 표본추출, 변수의 조작적 정의, 통계분석방법 등을 제시하였다.

제 4장은 본 연구와 관련된 실증분석 결과를 도출하였다. 조사결과로 나타난 일반적인 사항과 본 연구에서 설정한 가설에 대한 검증결과를 제시하였다.

제 5장은 결론부분으로서 연구의 요약과 시사점, 연구의 한계점 및 향후 연구의 과제에 대해서 언급하였다.

분석방법은 SPSS 18.0을 이용하여 자료입력에 대한 정확성을 점검하기 위하여 빈도분석, 교차분석을 실시하고, 타당성과 신뢰도 확보를 위해 요인분석과 신뢰성 분석을 실시하였으며, 연구 단위들 간의 인식의 차이를 알아보기 위하여 집단 간의 차이검증을 실시하였다. 그리고 구조적 인과관계 분석을 위하여 AMOS 18.0을 이용하여 확인적 요인분석을 실시하고, 제시된 연구가설을 검증하기 위해서 공분산 구조분석을 실시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 약선요리

2.1.1 약선요리의 개념 및 정의

인류는 건강과 아름다움 및 장수를 위해 활용해 온 음식, 의료, 운동 및 여러가지 양생(養生)방법 중에서 음식을 가장 중요시 여겼고 따라서 건강을 증진하기 위한 식양(食養), 질병을 치료하는데 도움을 주는 식치(食治)나 식료(食療) 등의 개념을 생활 속에 활용하며 지내왔고 또한 인간 주변의 모든 먹을거리들이 식품이기도 하지만 동시에 약이 될 수 있다(박성혜, 2011, p.16)는 ‘의약과 음식의 뿌리는 하나다’라고 하는 의식동원(醫食同源) 또는 약식동원(藥食同源)사상이 중국 전통 식료법을 계승 발전시켜 한층 더 이론화, 체계화, 과학화시켜 만든 하나의 독특한 학문의 하나이기도 하다(김미리, 2010, p.2).

약선(藥膳)이란 한자 그대로 뜻을풀이를 하자면 한약의 ‘약(藥)’자와 반찬의 ‘선(膳)’자로 구성되어진 단어로 ‘약이 되는 반찬’이 되지만 한의학 이론에 따라 방병치병(防病治病), 자보강신(滋補強身), 항로연년(抗老延年)을 목적으로, 동양 의학과 기초하여 약재와 어떤 약용가치를 지닌 식물(食物)을 서로 유기적으로 배합하여 중국 특유의 조리법으로 만들어낸 색·향·맛·형이 겸비된 음식을 가리킨다(윤숙자, 2009, p.14).

약선식료학(藥膳食療學)은 중국에서 약효가 강한 식품 또는 식품처럼 먹을 수 있는 생약을 음식과 혼합하여 복용함으로써 질병을 예방하며 치료하고자 하는 학문이다. 식품의 하나하나에 대한 동양학적 기초이론을 바탕으로 재료를 선택하고 배합하며, 영양과 위생을 생각하고 평소의 식생활에 응용하도록 하는 학문(구성자, 2006, p.12)으로 쉽게 정리하면 음식을 요리하여 질병을 예방하고 신체를 건강하게 하여 노환을 건강하게 전환시키는 목적을 지닌 것을 말한다(한애리, 2005, p.23).

따라서 약선음식은 한방처방의 원리와 식품의 특성을 바탕으로 하여 식품, 약재,

조미품등으로 구성되고 한의학과 조리학이 이론적 기초를 이루었으며 사람의 건강상태, 지역 및 환경, 계절의 변화에 따라 식품을 널리 배합하여 맛도 있고 몸에 이롭게 조제하는 음식이다(신미경, 2004, p.5).

음식의 올바른 조절을 통하여 무병장수하는 양생의 도를 이루고자, 식사를 만드는데 필요한 조리법등 여러 가지 방법으로 한방식재료를 이용하여 요리를 만들었고 이것을 한방 요리라 한다(신민규, 2001, pp.186-198).

약선 음식은 음식물로서의 특징과 질병 예방과 치료 작용, 몸에 대한 영양작용이 동시에 충분히 나타나야 하기 때문에 한약의 약성과 작용, 음식물의 색깔, 맛, 향이 충분히 보존되면서도 한약의 약성이 잘 보존되어 먹기에도 좋아야하고 한의학 이론에 기초하여 만들어져야 한다(도기백, 2003, pp.14-32). 여컨대, 여름철 약선 음식의 특징을 보면 황제내경에 여름 3개월은 초목이 번성하는 아름다운 계절이다. 이때는 천지의 음양의 기운이 서로 교합을 이루고 일체의 식물들이 꽃을 피우며 열매를 맺는 계절이다. 이시기에 사람은 신체의 신진대사가 왕성하며 양기가 밖으로 발산하고, 음기가 안으로 저장되며, 기혈운행이 상응하여 왕성하여진다. 따라서 약선 음식에서는 여름철의 더위를 예방할 수 있고 습한 것을 방지할 수 있어야 한다. 동시에 인체 내의 양기를 보호하는 것을 주의하여 쓴 식재료는 적게 넣어주고 매운 식재료는 약간 더 넣어주는 조리법을 쓰는 것이 좋다(도기백, 2003, pp.14-32). 따라서 약선 요리는 과학적인 조리방법을 이용한 음식으로 식재료의 고유의 맛과 효능으로 인한 건강을 유지하고 질병 치료 및 예방으로 건강한 삶속에 수명을 연장시키는 기능성 요리라 할 수 있다

2.1.2 약선 요리의 구성요소 및 분류

2.1.2.1 약선 음식의 중의학과 한의학

인류가 생존하면서부터 먹을거리를 이용하여 수많은 경험을 토대로 병을 고치려는 시도는 중국에서 기원전 수천 년 전에 행하여 왔다.

특히 고대부터 “약식동원(藥食同源)”이란 표현을 사용해 왔던 것에서 알 수 있듯이 약선은 오랜 역사와 문화적 배경을 기초로 갖고 있다.

이러한 관점에서 중의학에 있어서의 시대별 상황들을 살펴보면, 먼저 회남자(淮

南子)에 의하면 신농씨가 약초의 맛을 보고 가능한 식품과 약초를 찾고 맛을 보고 그 성미를 알아내어 독이 있는지 없는지를 구별하여 후세에 전함으로 약선의 기초를 마련했다고 기록되어 있다(도기백, 2003, p.32). 상나라때 제상 이윤의 타액경(唾液經)에는 여러가지 조리방법과 탕으로 질병을 치료한 내용이 기록되어 있으며, 진나라때 황보밀이 쓴 갑을경(甲乙經)에 의하면 이윤은 신농본초(神農本草)를 이용하여 탕액을 만든 성인으로 기록되어 있다. 또한 《여씨춘추, 본미》에서는 탕액 뿐 아니라 다섯 가지 맛에 대해서도 자세히 기록되어 있는데, 이는 당시부터 질병치료에 탕의 사용이 많아졌으며 탕액을 만드는 방법도 발전하였음을 알 수 있다. 주나라부터 노예사회에서 서서히 봉건사회로 진입하면서 농업생산과 사회경제 문화가 크게 발전함으로 인하여 춘추전국시대에 와서는 철학, 천문학, 지리학, 의학학등이 발전하게 되었는데, 이때부터 음양오행학설이 형성되면서 의학과 약선의 발전에 크게 기여하게 되었다(양승, 2007, p.21).

周醫(주의) · 天官(천관)》이라는 책에서는 食醫(식의), 疾醫(질의), 瘍醫(양의), 獸醫(수의)로 분할하여 치료하였는데, 그 중 식의가 바로 약선으로 황제를 치료하는 食療(식료)의사를 말하는 것으로 음식으로 치료하는 것을 가장 중요시하였다는 것을 알 수 있고, 또한 이 책에 百藏(백장)이라는 기록이 있는데 여러 가지 장을 말하는 것으로 간장, 된장, 두지 등이며, 두지는 건위해독제, 해표제로 사용하였는데 이약은 지금도 한방에서 사용하고 있다. 또한 그 당시 맥아를 이용하여 당(糖)을 만들었으며 기원전 2세기경에 쓴 유안소의 《회남자》에서는 이미 두부 제조법이 나온다(Choi, 2007, pp.104-119).

그 후 동한시대에 완성된 동양의학의 경전이라고 하는 황제내경(皇帝內經)이 나오면서 동양의학의 이론체계 뿐 아니라 약선 이론체계도 확립되었다. 황제내경(皇帝內經)은 지금의 한방의학의 기초이론을 문답형식으로 기술한 책으로 약선에 관한 내용도 많이 나오는데, 오장과 오미관계를 논술하였고 오미는 음식의 맛이 주가 되는 것으로 한 가지 맛이 성하면 안 되며 서로 조화를 이뤄야 한다고 기록되어 있다. 그리고 《황제내경》에 나오는 약선 방제로는 오징어뼈환이 있는데 오징어뼈, 천초, 참새알 등을 갈아서 만든 약으로 이 환약을 전복탕에 넣어서 먹으면 혈이 마르는 병을 치료한다고 되어 있다(Park, 2003, pp.191-202). 또한 동한 말에 완성된 《신농본초경》은 최초의 약물전문서적으로 총365종의 약물이 기재되

어 있는데, 그 중 50여종은 식품에 속한 것이다. 예를 들면, 대추, 굴, 유자, 생강, 조개, 팔, 울무, 용안육, 살구씨, 은행, 게 등이다. 장중경의 《상한론》에도 적지 않은 약선이 나오는데 인후염을 치료하는데 저부탕(猪膚湯)이 효과가 있고, 산후 복통에는 당귀생강 양고기탕이 좋다고 나와 있으며, 그밖에 계지탕, 백합계자황탕 등 여러 가지 응용할 수 있는 약선들이 기재되진나라에 와서 갈홍의 주후방(肘後方)에서는 식품금기사항이 기재되어 있는데 양간하고 오매를 같이 먹으면 안 되고, 천문동과 잉어를 같이 먹으면 안 되는 등의 식품을 섭취할 때 금해야 할 것들이 기록되어 있으며, 갑상선종에는 해초로 치료하고, 야맹증에는 양간으로 치료하고, 당뇨병은 돼지이장으로 치료하고 등이 기록되어 있다(양승, 2007, pp.21-22).

당대에 약선이 크게 발달하였는데 당나라에서 발행한 약물전문서적인 《신수본초》는 비록 약선 전문서적은 아니지만 약선에 널리 쓰이는 동물, 어류, 과일, 채소, 쌀 등의 효능이 자세히 기록되어 있다. 또한 이시기의 유명한 의사이면서 양생학자인 손사막은 그의 저서 《천금방》에 식치(食治)라는 약선 전문편을 두어 식품의 성미, 효능, 치료 등을 기록하였는데 이것이 현존하는 최초의 약선 전문편이다. 그 후 손사막의 영향을 받은 손사막의 학생 맹신이 약선 전문서적인 《식료본초》를 썼는데 지금은 유실되고 전해지지 않는다. 따라서 당나라에 와서 식물과 약물의 구분이 비교적 명확해졌으며 식료(食療) 전문가가 형성되면서 비약적인 발전을 하였다(양승, 2007, pp.21-22).

송대에는 음식치료가 보편화되었으며, 나라에서 만든 《태평성혜방》에는 28개의 약선이 기재되어 있으며 《성제총록》에는 30개의 약선이 기재되어 있다. 이 시기에 민간에 전해 내려오는 약선 전문서적으로 《본심재소식보》 《산가청공》 등이 있다. 또한 전문서적은 아니지만 노인들을 위한 의학서적인 《양로봉친서》에는 약선방제가 162개나 들어 있다. 금원시기에는 이과는 《비위론》에서 영양, 음식, 약선, 보건을 충분히 강조하였고, 장종정은 《유문사친》에서 식양보허(食養補虛)를 주장하였다. 장종정은 비록 공하파(攻下派)지만 허증을 보할 때에는 음식으로 하는 것을 원칙으로 하였다. 원나라때 몽고인인 음선태의(飲膳太醫)인 홀사해 《음선정요》는 최초의 영양학 서적으로 건강인을 위한 약선 전문서적을 썼다 (Kim, 2006, pp.119-133),

명나라때 이시진의 본초강목(本草綱目)은 총52권에 1982종의 약재와 11096개의 부방 1160개의 사진으로 자세히 수록되어 있는데, 그 중에 식품에 해당하는 수가 적지 않다. 또한 명나라 명의 서춘보의 《고금의총대전》 100권중 98편에 보 건음식제작방법이 기재되어 있는데 예를 들면, 차, 술, 식초, 간장, 요리, 탕과 등 이다(양승, 2007, p.23).

동무(東武) 이제마는 장부허실에 바탕을 둔 체질분류인 사상론(四象論)을 각별히 전개하였다. 생체체질은 섭생건강의 시각에서 보아야 올바르게 볼 수 있다. 동식물의 생태특징과 생명활동의 방향성, 사람마다 각기 인체 생리와 기질을 음양으로 읽어내야 정확한 체질분류를 할 수 있다(허봉수, 2005, p.18).

그러므로 현재까지 전래되고 있는 동양 고유의 약선은 현대과학과 결합하여 향후 매우 발전적인 영역을 확보할 것이다. 각종 공해와 환경오염, 스트레스 등에 찌든 현대인들의 질병 예방과 치료에 등한 시 되었던 지금까지의 오랜 관습들이 음식을 통한 약선의 과학화를 더욱 앞당기게 될 것으로 확신한다.

2.1.2.2 약선음식의 특징

약선이란 방병치병(防病治病), 자보강신(滋補強身), 항로연년(抗老延年)을 목적으로, 동양 의학과 기초하여 약재와 언편 약용가치를 지닌 식물(食物)을 서로 유기적으로 배합하여 중국 특유의 조리법으로 만들어낸 색 · 향 · 맛 · 형이 겸비된 음식을 가리킨다(조영신, 2005, p.25). 또한, 식물(食物)과 약물(藥物)이 일정한 이론과 원칙에 따라 유기적으로 배합되어 완성된 약선은 식양(食養) 또는 식치(食治)의 작용을 한다. 따라서 독특하고 특색 있는 재료의 사용 및 이용 원칙 자체가 바로 약선의 특징이며 오랜 기간 동안 약선이 관심의 대상이 되어 널리 이용되어 질 수 있었던 힘의 원천인 것이다(박성혜, 2011, p.18).

약선은 영양가가 풍부할 뿐 아니라, 몸을 보양하고 병을 예방하고 치료하는 효과가 있는데 주요적인 특징은 다음과 같다(최성웅, 2010, pp.14-17).

첫째, 약선은 중의약과 약선 조리학을 결합한 것으로 약재와 식재료의 배합과 조리에 있어서 일반적으로 중의학과 조리학의 기초지식을 다룬 음식문화이다. 약

선은 배합에 있어서 중의방제학의 원리를 따르며 임상에서 나타나는 현상에 따라 약재와 식재료의 효능을 고려하여 적절한 선택 후 배합하여 각종 약선 비방이 나오는 것이다. 약재와 식재료의 한곳에 치우친 성질을 이용하여, 오장육부의 불균형을 고치고, 정상적으로 회복할 수 있도록 하여, 장기의 저항력과 면역능력을 높여준다. 중의학은 병의 증후를 판별한 후에 그에 맞는 처방을 내리는 것이 특징 중의 하나이다. 약선 또한 이런 이론을 기본으로 한다. 약선은 구체적인 상황 및 24절기, 기후, 지리환경 등의 요소에 대해서 전면적인 고려가 있어야 하며 증후판별의 기초 하에 개인에 맞는 맞춤 약선을 적용해야 한다. 봄에는 승보(보양하는 정도를 상승시켜 겨울철에 손실된 영양을 보충한다), 여름에는 청보(해열하고 보혈하는데 힘을 쓰는 것), 가을에는 평보(평행하게 오장육부의 균형을 맞추는 것), 겨울에는 온보(따뜻하게 보양하는 것) 등이 있다. 병의 증후를 판별한 후에 약선을 먹어야만 한다(최성웅, 2010, pp.14-17).

둘째, 약선은 약재, 식재료, 조미료 3가지로 구성된 특수 음식이다. 약재의 좋은 성질을 추출하고, 음식의 맛을 결합하여야 한다. 옛말에 “약재는 음식에 영양을 보급해주고, 음식은 약재의 효력을 더 높여준다”라고 하였다. 즉, 약재와 식재료가 서로 상호관계가 있어야 한다. 약선은 약재의 기능과 식재료의 맛이 미묘하게 어울려져서 병을 치료하고, 몸을 강건하게 하며, 노화를 방지하는 특수식품인 면역음식인 것이다(최성웅, 2010, pp.14-17).

셋째, 약선은 그의 독특한 조리방법이 있다. 약선은 구성상의 특수성 때문에, 조리에서 있어서 또한 매우 독특한 방법을 가지고 있다. 약재의 성능, 조리의 응용, 약재포제 가공기술이 결합되어서 만들어진 한 세트의 특수제작방법이다.

넷째, 약선은 병을 예방하고, 몸을 강건하게 하며, 노화를 방지하는 효과가 있다. 예로부터 사람들은 인체에 대한 음식의 효과를 매우 중요시 여겼다. <황제내경, 소문>중에 강조하여 말하기를 “사람은 곡식을 근본으로 한다.” 또 “영양은 곡식의 엑기스이자, 오장을 조절하고 육부를 조화롭게 해준다.”하여 곡식은 나쁜 기운을 막는 보위 역할을 하는 것이다(최성웅, 2010, pp.14-17).

다섯째, 약선의 성질과 오장의 특수한 관계를 중요시하며 사기오미의 특징이 있다. 사기라는 것은 한, 열, 온, 량의 4가지 변하지 않는 기운을 말하는 것이다.

고대 사람들이 병을 치료하는 원리는 한기가 많은 사람은 온화하게 해주고, 열

기가 많은 사람은 식혀주는 것이었다. 즉, 열병이 걸린 사람은 한기가 있는 약재를 써야하고, 반대로 한 병이 있는 사람은 열기가 있는 약재를 써서 몸의 균형을 맞추어 주는 것이다(최성웅, 2010, pp.14-17).

여섯째, 약선은 외향적으로 보았을 때는 맛있는 음식이지만, 약선의 효과는 약품과 같으며 약재와 식재료를 원재료로 하여 전통제작 방법으로 배합되어 만들어진 것으로 약품도 아니고 일반음식도 아니다. 형체로 보았을 때는 그냥 음식 같지만, 그 성질은 약품과 비슷한 치료 및 예방효과가 있으며, 우리 신체에 필요한 영양소를 제공하여주는 이중효과가 있다(최성웅, 2010, pp.14-17).

따라서 약선요리 인체의 양생보건과 질병의 예방·치료 및 병후의 건강회복 촉진과 수명 연장 등을 주된 목표로 하는 만큼 한의학이론을 근간으로 하되 식품학, 영양학, 조리학, 위생학 등 관련 학문의 이론을 적극 활용할 때에 가장 이상적인 약선요리라고 할 수 있을 것이다.

2.1.2.3 식재와 약재의 성질과 역할

한의학에서는 모든 우주 만물을 음양으로 구분하여 식재와 약재도 음양으로 구분한다. 모든 식재와 약재는 각각의 성질과 맛을 가지고 있으며 이것을 식재나 약재의 기미라고 한다(윤혜경, 2008, p.18).

“기미론(氣味論)이라고 하는 약성이론은 매우 광범위하여 성미(性味), 귀경(歸經), 승강부침(升降浮沈)등의 이론을 말하며, 넓은 의미로 한약의 배합(七情), 유독무독(有毒無毒), 임신금기(妊娠禁忌), 십팔반십구이(十八反十九異)등의 이론들을 포괄한다. 이 중에서 협의의 기미론은 기(氣)를 찬 성질(寒), 뜨거운 성질(熱), 따뜻한 성질(溫), 서늘한 성질(涼)의 네가지로 나누어 사기(四氣)라고 하고, 또는 차거나 시원한 성질의 식재는 음(陰)에 속하고 따뜻하거나 뜨거운 성질의 식재는 양(陽)에 해당한다. 또한 식품을 신맛(酸), 쓴맛(苦), 단맛(甘), 매운맛(辛), 짭맛(鹹)의 다섯 가지를 기본 맛을 오미(五味)라고 한다. 따라서 기미론은 자연에 존재하는 모든 약물이나 음식물은 고유의 성질과 맛을 가지고 있으며 이들 약물 고유의 네 가지 성질과 다섯 가지의 맛에 따른 약물의 효능과의 상관관계에 관한 이론이다. 따라서 우리가 어떤 음식이나 약물의 효과를 알기 위해서는

우선 그 성질과 맛을 알아야 하고 이를 기초로 식생활이나 질병과 치료에 응용하여야 한다(김호철, 2006, p.4).

1) 음식의 네가지 성질

약선음식에 사용되는 식품의 성질은 중국의 약선 문헌인 “중국전통음의 기전서에” 따르면 약선에 사용되는 식품 중 따뜻한 성질의 온열(溫熱), 차가운 성질의 한냉(寒冷), 서늘한 성질 량성(涼性), 뜨거운 성질인 열성(熱性)등 4지로 분류하였다.

또한 약선에 사용되는 식품을 쓴맛, 단맛, 매운맛, 짠맛, 신맛 등 다섯 가지의 기본 맛으로 분류하고 있으며 맛에 따라 독특한 작용이 있다(박건태, 2003, pp.192-198).

① 온열(溫熱)한 성질을 가진 식재

따뜻한 성질로서 마치 만물이 소생하여 발육이 시작되는 봄의 기온과 비슷한 성질이 있다. 체온이 따뜻한 것처럼 대부분의 음식물이나 보양 약들은 따뜻한 성질을 가진다. 그러므로 상용하는 한약들의 50%와 음식물의 80-90%는 따뜻한 성질에 속한다(김호철, 2006, pp.5-7). 몸을 따뜻하게 하고 발산하면서 내보내는 작용을 한다. 작용으로는 매운맛이 있으면서 따뜻한 성질을 가진 것 등이 여기에 속한다.

② 한냉(寒冷)한 성질을 가진 식재

만물이 침잠하고 칩거하는 겨울의 기온과 비슷하여 살벌(殺伐)을 주로 한다. 살벌이란 약성이 강하여 급성 질환에 주로 사용 된다는 의미이다. 석고, 갈대뿌리, 대나무잎, 치자열매, 인동 등은 열을 끄는 작용인 소염, 해열, 항균 작용을 하고, 코뿔소 뿔, 측백나무, 소리쟁이 뿌리, 생지황 등은 지혈작용에 효과가 있다. 또한 구기자뿌리, 개똥쑥은 허하여 생기는 열을 내리는 작용을 하며, 대황, 망초, 알로

에는 열로 인한 변비를 치료 해준다(김호철, 2006, pp.50-54).

③ 서늘한(凉性) 성질을 가진 식재

만물이 수렴되고 조락하는 가을의 기운과 비슷하여 수렴하고 정리하는 성질을 가지고 있다. 한성(寒性)보다 작용강도가 미약하다. 보음(補陰), 지혈(止血), 강화(降火), 산풍열(散風熱)시키고 청열작용(淸熱作用)으로 조열(潮熱), 기열(氣熱), 침열(滯熱) 등에 활용된다. 잔대, 맥문동, 둥굴레, 구기자 등은 음을 보호하고, 오이풀 뿌리등은 열로 인한 출혈증에 지혈작용에 효능이 있고, 박하, 우엉씨, 국화꽃, 칩뿌리 등은 풍열증의 감기나 고혈압, 두통 등을 치료한다(김호철, 2006, pp.50-54).

④ 뜨거운(熱性) 성질을 가진 식재

만물이 번영하는 여름의 기운과 비슷한 성질을 가지고 있어 왕성하게 뻗어나가는 성질이 있다. 열성의 약물들은 열을 발생하고, 흥분시키며, 땀이 나게 하고, 자극작용을 가지고 있어 왕성하게 뻗어나가는 성질이 있다. 열성의 약물들은 열을 발생하고, 흥분시키며, 땀이 나게 하고, 자극작용을 가지고 있다. 부자, 마른생강, 계피, 후추 등을 복용하면 열감을 느끼며, 손발이나 아랫배가 찬 증상, 배탈 설사 등의 한증을 치료하며, 땀을 나게 한다. 또한 해구신을 복용하면 성기능을 왕성하게 한다(김호철, 2006, pp.50-54). 식재와 약재의 성질에 따른 분류와 효능을 살펴보면 <표 1>과 같다

<표 1> 식재와 약재의 성질에 따른 분류와 효능

	한냉한 성질의 식재와 약재(陰)		온열한 성질의 식재와 약재(陽)
효능	열을 내리고 진정작용, 소염작용과 해독작용을 한다. 열증인(熱證人)에게 좋다.		몸을 따뜻하게 하고 발산하면서 내보내는 작용을 한다.(땀이 나게 한다.)냉증인(冷證人)에게 좋다.
식재	식	아욱, 죽순, 시금치, 두부,	고추, 생강, 파, 마늘, 후추, 달래

	물 성	미나리, 샐러리, 오이 연근, 동아, 무, 숙주, 전분, 갈분, 보리, 메밀, 녹두, 울무늬차, 홍차, 박하, 토마토, 오렌지, 굴, 바나나, 사과, 배, 감, 오 디, 수박, 참외, 김, 미역, 다 시마, 간장, 참기름, 소금	고수, 부추, 쑥 참쌀, 밀가루, 엿기름 호두, 앵두, 용안육, 잣 흑설탕, 말리화차(재스민차) 술, 식초, 유채기름(채종유), 대두유
	동 물 성	굴, 자라, 달걀흰자, 가물치	닭고기, 양고기, 새우, 참새고기, 개고기, 사슴고기, 양유, 해삼
약재		국화, 금은화, 생지황, 치자, 백작 약, 진주가루, 질경이씨, 질경이, 장미꽃, 맥문동, 결명자 등	육계(계피), 대추, 원지, 살구씨, 당귀, 회 향, 팡각, 산초, 산사, 백출, 굴껍질, 곽향 (방아풀), 황기, 인삼, 천궁, 산수유, 오미 자, 오가피
효능		일상식으로 상용하면 자양강장의 효과가 있다. 보익작용을 한다.	
식물성		멥쌀, 흑미, 검은콩, 완두, 팥, 옥수수, 마, 연밥, 참깨(검정깨), 감자, 토란, 표 고, 목이버섯, 설탕, 은행, 밥	
동물성		오리, 쇠고기, 돼지고기, 잉어, 비둘기 알, 미꾸라지, 오골계, 거북이고기, 우 유, 달걀노른자, 꿀, 오징어, 조기, 붕어	
약재		당삼, 천마, 구기자, 칩뿌리, 산조인, 백합뿌리, 복령, 감초	

자료 : 윤혜경외, 2008, "아름다운 건강미인 만들기", 광문각, p.22.

2) 다섯 가지의 맛(五味)

① 신 맛(酸味)

신 맛에는 주로 수렴작용이 있다. 수렴작용이란 인체의 혈이 흐트러짐으로 인하여 일어나는 병증에 기혈을 수렴하므로 치료하는 작용을 말하는데, 실험적으로는 점막의 표면에 작용하여 체액분비를 억제하고 궤양과 상처를 치료하는 작용을 말한다. 시큼하고 짙은 석류를 먹으면 장의 분비가 억제되어 설사를 치료하는 작용을 한다. 신 맛에는 이 외에도 발산을 억제하는 작용이 있어서, 땀이 나는 증상이나 몽정, 조루 등의 증상에 이용된다(김호철, 2006, p.9). 또한 소변이 잦을 때나 여뇨증이 있는 경우 및 냉증에 응용된다.

② 쓴 맛(苦味)

쓴맛은 기운을 아래로 내리는 작용이 있다. 첫째 열로 인하여 변비가 있을 때에 이를 설사가 나게 하여 아래로 내리는 용설의 작용, 둘째 살구 씨와 같이 기가 위로 거슬러 올라오는 기침을 치료하는 강설의 작용, 셋째 열이 있을 때 이를 아래로 내리므로 해열하는 창설의 작용이 있다. 열이 있을 때 치자를 먹으면 해열 효과가 있는데 이는 치자의 쓴맛으로 인한 창설효과이다.

건조한 성질이 있어 습으로 인한 질환을 치료한다. 습에는 열로 인한 경우는 습연이라고 하는데 대개 염증이나 습진 등을 말한다. 한으로 인한 경우는 습이 아래로 내려가서 생기는 관절 등이 이에 해당하는 것으로 쓴맛과 따뜻한 성질을 가진 약으로 치유한다. 이러한 것들은 대개 약성이 강하여 음식으로 거의 사용되지 않는다(김호철, 2006, pp.7-8).

③ 단 맛(甘味)

단 맛은 오행 중에서 토(土)에 속하는 완화, 해독 등의 작용을 하여 긴장된 근육을 이완시키기도 한다. 긴장된 모든 근육을 이완시키며 완화, 해독의 작용이 있다. 인체의 토의 기운을 길러 주므로 기운을 더하게 한다. 단 음식을 먹으면 피로해복이 쉬운 것도 이러한 이유이다. 단맛을 가진 음식들은 대개 몸을 보호하는 작용이 있다. 인삼(人蔘)이나 황기(黃芪) 등은 단맛과 따뜻한 성질을 가지고 있어 기력을 보하고, 사삼(沙蔘), 맥문동(麥門冬) 및 석곡(石斛) 등은 단맛과 서늘한 성질을 가지고 있어서 음을 생성하여 진액을 더하는 효과가 있다(김호철, 2006, p.8). 단맛은 독성을 감소시키거나 작용이 강한 성질을 누그러뜨려 조화시킨다. 단맛은 다른 약물과 함께 투여하면 약의 성질을 조화시키는 독성을 감소시키고 통증을 완화시키는 작용이 있다. 감초, 대추와 꿀도 다른 약들과 함께 사용하면 약성을 조화시킨다. 용안육이나 대추는 간장을 풀어주어 정신을 안정시키는 효과가 있다.

④ 매운 맛(辛味)

매운 맛은 피를 잘 들게 하고, 발산작용이 있어서 기의 흐름을 왕성하게 한다. 정체된 기분도 산뜻하게 하고 신미(辛味)를 말한다. 감기에 걸렸다는 것은 대부분 한방에서는 병독이 우리 몸으로 들어오려고 하는 상황으로 우리 몸에 있는 정기(正氣:현대의 면역과 비슷한 개념)가 병독을 밖으로 밀어내기 위하여 싸우게 한다는 것으로 우리 몸의 정기를 도와 병독을 밖으로 쫓아 낼 수 있는 것은 바로 매운 맛이다(김호철, 2006, p.9). 그래서 매운 맛이 있는 파와 생강을 달여 먹으면 땀이 나면서 기분도 상쾌해지고 감기도 치료된다.

⑤ 짠 맛(鹹味)

짠맛은 단단하고 뻣뻣한 것을 유연하게 하는 작용을 하며 소금물을 마시면 장내 삼투압의 증가로 수분의 흡수가 적어지고, 대변이 부드럽게 되는 것도 일종의 연견작용(軟堅作用)때문이다. 연견작용을 하는 음식으로는 다시마, 해초류 등이 있다. 짠맛은 또한 오행 중에서 수(水)에 속하여 신장으로 들어가 신기능이 약하여 나타나는 소위 정력이 약한 증상들에도 효과가 있다. 녹용 등은 짠맛이 있어 모두 신장으로 들어가 신양을 보하므로 민간에서 정력제로 널리 알려진 약이기도 하다(김호철, 2006, pp.52-54). <표 2>는 약선에 사용되는 식품의 5가지 맛에 따른 분류와 전통의학적인 작용과 현대 연구적인 측면을 비교해 보았다(박희자, 2008, p.13).

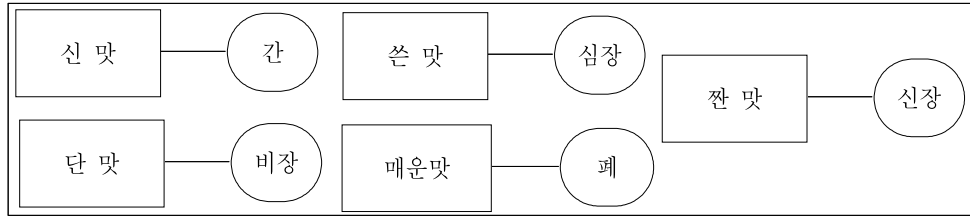
<표 2> 5가지 맛에 따른 약선 식품의 종류와 그 작용

효능	약선 식품의 작용	
	전통적인 측면	현대 연구 측면
신맛(酸)	흡수하고 빠져나가는 것을 막아 주는 작용함. 식은땀을 많이 흘리는 경우, 만성설사, 유정(遺精) 등에 주로 사용함. 종류 : 토마토, 모과, 쇠비름, 식초, 로얄제리, 감귤, 레몬, 살구, 배, 복숭아, 산사, 석류, 매실, 여지, 오이, 포도, 송어, 유자	향기를 동반하는 경우가 많음, 미각 자극 식욕 촉진함, 용액 중에 해리된 수소이온과 산, 복분자에 기인됨. 무기산과 유기산 있음. 유기산은 상쾌한 신맛. 구연산, 젖산, 비타민 C 등. 무기산은 쓴맛과 떼은맛이 섞여 탄산(H_2CO_3) 식용으로 사용함

쓴 맛 (苦)	열에 식히고 위로 올라오는 것을 내려주며 숨을 말려주는 작용. 열성 체질이나 열성병에 주로 사용됨. 종류 : 여주, 씀바귀, 달래, 녹차, 살구씨, 백합, 은행, 도인, 파래, 하엽 등	알칼로이드(질소화합물, 카페인, 초코 렛의 theobromin). 고미성배당체(꿀껍질의naringin, 양파 껍질의quercetin, 오이꼭지의 cucurbitacin) 케톤류(맥주의 humulone). 소량의 경우 위 활동 촉진, 항생작용.
단 맛 (甘)	보양과 완화 작용. 건조한 것을 윤택하게 함. 허약체질이나 허(虛)증에 사용함. 종류 : 연근, 가지, 토마토, 고사리, 무, 양파, 죽순, 감자, 시금치, 냉이, 호박, 양 배추, 토란, 완두, 당근, 배추, 미나리, 오 이, 육계, 메밀, 수수, 찹쌀, 쌀, 옥수수, 조, 보리, 밀, 목이버섯, 송이버섯, 고구 마, 꿀, 우유, 사탕수수, 감, 사과, 살구, 감귤, 백합, 배, 땅콩, 은행, 수박, 참외	화학구조상 -OH기가 있는 당류와 당 알콜이 가지고 있는 맛. 대부분체내서 열량을 만드는데 사용 됨. 통증을 완화시켜 주는 역할을 함.
매운 맛 (辛)	기의 흐름을 촉진시키고, 발산시키는 작 용이 있음. 주로 외부로부터 들어온 사기 를 몰아낼 때 사용됨. 종류 : 생강, 마늘, 갖, 향채, 양파, 겨자, 유채, 토란, 셀러리, 부추, 육계, 고추, 후 추, 소회양, 달래, 술	향기를 동반하며 맛과 향 두 가지가 함쳐져서 식욕촉진과 위 활동을 촉진 함. 향신료와 유사함. 산 amide류(고추의 capsaicine, 후추의 chavicine, 부추, 양파, 등의 dialkyl sulfide류), 겨자유(겨자, 고추냉이, 무 등의 allyl isothiocyanate)등. 체내에서 열을 내리거나 혈액의 흐름 을 원활하게 해줌.
짭 맛 (鹹)	딱딱하게 굳은 것을 풀어주고 혈액을 자 양하며 부드럽게 끌어내리는 작용이 있 음. 갑상선종에 사용됨 종류 : 비름나물, 소금, 조, 보리, 김, 해 파리, 파래, 다시마, 게, 해삼, 다슬기. 족 발, 오리고기, 개고기	성분은 무기, 유기알칼리염으로 짭 맛은 주로 음이온에 해당. 양이온은 쓴맛. NaCl이 가장 순수한 짭맛. 1% 농도가 가장 기본 좋은 짭맛. 스트레 스로 뒷목 부위가 딱딱하게 굳어오는 경우 짭짭한 음식은 이를 부드럽게 해 주는 작용

자료 : 박희자, 2008, “약선음식의 지각된 가치와 위험지각이 고객만족 및 충성도에 미치는 연구”, 강릉대
학교 대학원 박사학위논문, p.13. 재인용.

아래 <그림 1>은 오미가 장기와의 관계를 그림으로 정리한 것이다.



자료 : 윤혜경외, 2008, "아름다운 건강미인 만들기", 광문각, p.22.

<그림 1> 오미의 선입장부

3) 건강약선

건강약선이란 자연의 일부 인 인간이 계절, 지역적 환경, 성별 및 연령 등에 맞추어서 자연 환경과의 평형을 유지하기 위해 섭취하는 음식이다. 완벽하게 건강한 사람들은 건강을 증진하기 위해서, 완벽한 건강상태는 아니지만 또한 질병을 가지고 있지 않은 약간의 체내 불균형을 가지고 있는 준 건강인들은 불균형을 조절하기 위해서 섭취하는 음식이다. 즉, 정상적인 life cycle을 살아가는 건강인 및 준 건강인이 질병의 예방 뿐 아니라 노화지연, 건강한 삶을 위해서 섭취하는 음식이 건강약선인 것이다. 반면, 명확한 질병을 가지고 있는 사람들이 질병치료나 치료의 보조를 목적으로 섭취하는 약선을 치료(보조)약선이라 한다. 인체가 건강하려면 장부(臟腑)의 조화가 잘 이루어져야하고 정(精), 기(氣), 혈(血), 진액(津液)이 충만하고 경락(經絡)이 잘 통하며 음양(陰陽)의 동적 평형이 이루어져야 한다. 이러한 균형이 한쪽으로 지나치게 치우치면 건강이 깨어지게 된다. 장부기혈(臟腑氣血)의 편향적인 흐름이 반드시 질병을 초래하는 것은 아니지만 일부 혹은 전체 기능의 부조화로 생리 또는 심리의 편차가 나타날 때는 조절이 필요하다. 건강약선은 장부(臟腑)와 경락(經絡)을 조절하고 음양(陰陽)과 정(精), 기(氣), 혈(血), 진액(津液)이 평형을 이루게 하는 작용이 있는 음식이다(박성혜, 2011, p.103).

4) 계절약선

계절약선은 크게는 사계절, 좀 더 구체적으로는 24절기에 적응 할 수 있도록 섭취하는 음식이다(박성혜, 2011, p.104). 인체의 장부(臟腑), 경락(經絡)의 기혈(氣血)이 생성되고 운행하는 것이 자연계의 시간변화나 기후에 큰 영향을 받는다는 것을 표현한 말이다. 따라서 인체는 자연과의 조화를 맞추는 생활이 이루어져야 건강할 수 있다.

① 봄철 약선

봄은 목(木)에 속하고, 기(氣)는 온(溫)하며, 간(肝)에 통하고, 발설(發泄)을 주관하며, 풍사(風邪)가 계절의 사기(邪氣)이다. 만물이 소생하는 계절로 땅에서 양기(陽氣)가 올라오고, 만물이 움직이기 시작하며, 성장하는 시기로 따뜻한 기온이 모든 생물을 키워주는 시기이다. 피부의 땀구멍이 열리고 오장육부(五臟六腑)의 활동이 왕성해진다. 또한 간(肝)이 봄에 배속되는 장기이므로 간기(肝氣)가 왕성해진다. 따라서 약선을 선택할 때도 이런 인체의 생리변화를 이해해야 한다.

만성질환자, 특히 간양편향(肝陽偏亢)한 사람에게 쉽게 발병하고 이때에는 안질환, 현훈(眩暈), 두통 등의 질병이 잘 발생하는 시기이다. 인체의 양기(陽氣)도 승발(升發)의 기운을 얻는데 간장(肝臟)의 소설(疏泄)기능에 의해 기혈(氣血)이 체표로 향하고 겨울에 축적된 내열(內熱)도 발산되어 나온다.

봄철 약선의 구성 원칙은 봄은 간(肝)의 절기이므로 간기(肝氣)가 지나치게 왕성하면 비(脾)를 제압하여 토(土)가 쇠약해지므로 이 점을 고려해야 한다. 따라서 봄철에는 간(肝)기운이 과도하게 향진되지 않도록 신맛과 단맛의 균형이 유지 되도록 레시피를 구성해야 한다(박성혜, 2011, pp.104-106).

② 여름철 약선

여름은 화(火)에 속하고, 그 기(氣)는 열(熱)하며, 심(心)에 통하고, 장양(長養)을 주관하며, 기후가 담열(炎熱)하므로 서기(暑氣)가 사람을 힘들게 하고 인체의 열(熱)이 지나치게 성하므로 땀구멍이 열려서 땀이 과도하게 나므로 기(氣)가 소모되고 진액(津液)이 손상된다. 이때에는 자연계가 습(濕)이 성해지므로 비(脾)기

능이 약해지면서 식욕도 저하되기 쉽다. 음식조절을 하지 않으면서 찬 음료수를 즐기게 되면 쉽게 비장(脾臟)이 손상되어 복통, 설사 등의 비위(脾胃)병증이 잘 나타난다.

여름철의 약선의 구성 원칙은 여름은 심(心)의 절기이므로 부드러워지려는 심기가 왕성해져서 폐(肺) 제압하여 폐(肺)가 극을 당하므로 이를 예방하기 위해서 폐(肺)를 보하는 매운맛을 보충하고 열(熱)을 식혀 더위를 제거하고 진액(津液)이 생기게 하고 갈증을 거하는 음식으로 구성한다(박성혜, 2011, pp.106-107).

③ 가을철 약선

가을은 금(金)에 속하고, 그 기(氣)는 조(燥)하며, 폐(肺)에 통하고, 수렴(收斂)을 주관하며 조사(燥邪)가 계절의 사기(邪氣)가 된다. 폐로 병을 앓았던 환자는 쉽게 건조한 사기(邪氣)에 감촉되어 폐(肺)가 상하여 발병 하거나 병정이 심해질 수 있다. 가을의 건조한 기운은 폐(肺)로 작용하는데 폐(肺)는 건조한 기운을 싫어하며 건조한 기운은 폐(肺)의 음(陰)을 상하게 한다. 따라서 가을에는 입이나 인후가 건조하고 마른기침이 나오고 피부가 건조해지며 변비 등의 증상이 많다.

가을의 기운은 폐기(肺氣)가 강한 시기로 매운맛을 너무 많이 먹지 말아야 한다. 즉, 수렴하려는 폐 기운이 매운맛으로 인해 그 작용을 하지 못하면 오히려 오행 상으로 간(肝)을 극하게 되는데 이때는 신맛을 먹어 폐(肝)를 강하게 해야 한다. 또한 신맛은 단맛과 합쳐져서 진액(津液)을 만드는데 진액(津液)은 건조한 것을 윤택하게 하는 작용이 있다. 가을은 영양을 축적하고 기능을 조절하여 겨울에 필요가 증가하는 정기(精氣)를 저장해야 한다.

가을철 약선 구성 시 주의 사항은 달고 냉하며 자음(滋陰)한 음식이 되도록 구성하여 생진윤폐(生津潤肺)하도록 한다. 맵고 뜨거우며 향이 강하거나 튀기고 찌고 끓인 음식물로 열(熱)을 조장하여 진액(津液)을 손상시키지 않도록 조리법에 유의한다(박성혜, 2011, pp.108-109).

④ 겨울철 약선

겨울철은 수(水)에 속하고, 그 기(氣)는 한(寒)하며, 신(腎)에 통하고, 수장(收藏)을 주관하며 한사(寒邪)가 계절의 사기(邪氣)가 된다. 한(寒)은 음사(陰邪)이므로 쉽게 양기(陽氣)를 손상시키고 그 성질은 수인(收引)하여 응체하므로 통증을 주관한다. 호흡기질환은 쉽게 음사(陰邪)의 손상을 받아 유발, 가중된다.

양기(陽氣)를 보호하기 가장 좋은 시기로 찬 기운을 제거하는 온보(溫補) 약선을 주로 섭취해야 한다. 겨울은 신의(腎臟)의 절기이고 기후가 한랭하므로 약선으로 몸을 조리하는데 아주 좋은 시기이다. 겨울 약선은 온보신양(溫補腎陽)을 위주로 하는데 신장이 정기(精氣)를 저장하는 작용을 도와주며 기혈진액(氣血津液)으로 화생하여 장부(臟腑)의 생리기능을 원활히 해준다.

겨울철 약선 구성 시 주의 사항은 첫째, 보익강장(補益強壯)을 증진시킬 수 있도록 구성한다. 둘째, 열성 재료를 사용하여 온보양기(溫補陽氣)시킬 수 있는 구성을 한다. 셋째, 생랭하고 기름진 음식을 피해서 신양(腎陽)이 손상되는 것을 막아야 한다. 넷째, 적당량의 주류를 이용하여 온보양기(溫補陽氣), 보익신정(補益腎精)의 방안을 모색하도록 한다(박성혜, 2011, pp.110-111).

5) 오장약선

오장(五臟)은 간(肝), 심(心), 비(脾), 폐(肺), 신(腎)을 말하며 해부학적인 장기의 건강 뿐 아니라 오장의 기능을 원활히 할 수 있도록 섭취하는 약선이다. 또한 오장의 짝이 되는 오장(五腑) 건강도 함께 증진함을 의미한다. 건강한 사람이라면 각각 장부(臟腑)에 좋은 음식을 골고루 먹어야 하나 장부 중 어느 한쪽이라도 문제가 생기면 그 문제의 원인을 찾아서 올바른 편식을 해야 한다.

간(肝)은 봄의 기운에 상응하여 발생된 기(氣)를 가졌으므로 흠어지려하는 욕구를 지냈고, 너무 흠어지지 않도록 이를 담아서 아껴두기 위하여 형성된 해부학적인 간장(肝臟)은 그 흠어지려는 기(氣)를 조절하기 위하여 오프라들게 하는 작용을 하고 인체는 수렴하는 작용을 가진 신맛이 가장 먼저 간장(肝臟)으로 들어가도록 되어있다(박성혜, 2011, p.112).

심(心)은 여름의 기운에 상응하여 발생된 기(氣)를 가졌으므로 부드러워지려는 욕구를 지냈고, 이 기(氣)가 너무 사용되면 없어질까 봐 이를 담기 위하여 형성된

해부학적인 심장(心臟)은 그 부드러워지려하는 기(氣)를 조절하기 위하여 반대로 단단해지게 하는 작용해야 하므로 인체는 단단하게 해서 아래로 내보내려는 작용이 있는 쓴맛이 가장 먼저 심장(心臟)으로 들어가도록 되어있다. 이러한 상반된 두 가지 기능이 공존함으로써 심실이 확장과 수축을 반복할 수 있다. 심(心)은 느슨하게 풀어지는 상태를 가장 힘들어하므로 이런 경우 급히 신맛을 섭취하여 풀어지는 것을 묶어주어야 한다(박성혜, 2011, p.112).

비(脾)는 한여름(장하, 長夏)의 기운에 상응한 기(氣)를 가졌으므로 느슨한 상태를 유지하려는 욕구를 가지고 있으며 그 느슨함을 유발시키는 기(氣)가 너무 지나치지 못하도록 항상 적당한 수분을 함유하고 있다. 그러므로 음식물이 소화, 흡수되고 다른 장기들과의 조화를 도모하기 위해 단맛이 가장 먼저 비장으로 들어간다(박성혜, 2011, p.112).

폐(肺)는 가을의 기운에 상응하여 발생된 기(氣)를 가졌으므로 오므라들려는 욕구를 지녔고 이를 담아두기 위해 형성된 해부학적인 폐(肺)장은 오므라드는 기(氣)를 조절하기 위하여 반대로 흐트리는 작용을 해야 하기 때문에 인체는 매운맛이 가장 먼저 폐장(肺臟)에 들어가도록 되어있다.

신(腎)은 겨울의 기운에 상응하여 발생된 기(氣)를 가졌으므로 단단해지려는 욕구를 지녔고, 이 기운을 아끼기 위해서 이를 담기 위하여 형성된 해부학적인 신장(腎臟)은 그 단단해지려는 욕구를 조절하기 위하여 부드러워지게 하는 작용을 해야 하므로 인체는 짠맛이 가장 먼저 신(腎)으로 들어가도록 되어있는 것이다(박성혜, 2011, pp.112-114). <표 3>에서 자연계 오행배속에 대하여 분석하였다

〈표 3〉 자연계의 오행배속

오행	계절	오미	오색	오곡	오과	오축	오채	오장	육부
목(木)	봄	신맛	청색	참깨	자두	닭	부추	간	담
화(火)	여름	쓴맛	적색	밀	살구	양	염교	심	소장
토(土)	장하	단맛	황색	쌀	대추	소	아욱	비	위
금(金)	가을	매운맛	백색	기장	복숭아	말	파	폐	대장
수(水)	겨울	짠맛	흑색	콩	밤	돼지	마늘	신	방광

자료 : 한영용, 2010, 『약이되는밥상』, 동대출판사(마당벌은집), p.28 재인용

6) 보양약선

보양(補養)은 “몸을 보하고 자양한다”라는 뜻으로 “보하고 더한다”라는 보익(補益)이라는 단어로도 쓰인다. 따라서 보양약선은 몸을 보하고 자양하고 기능을 증진시키기 위해 섭취하는 약선을 칭한다. 즉, 정(精), 기(氣), 혈(血), 진액(津液) 등을 보익하여 인체의 전반적인 경미한 허약상태를 개선시키고 체력을 증진할 때 사용하는 음식이다. <표 4>는 보양약선 섭취를 위한 건강상태 분석하였다.

<표 4> 보양약선 섭취를 위한 건강상태 분석

상태	증상 및 증후	식사 원칙
血虛	* 머리가 어지럽고 숨이 차고 가슴이 두근거리며 현기증이 난다. * 눈앞에 꽃 같은 것이 아른거리다가 사라지는 증상, 눈이 쉬 피로하고 시력이 저하된다. * 잠을 못자고 많은 꿈을 꾸다. * 몸이 딱딱하게 느껴진다. * 얼굴에 핏기가 없어 하얗고 피부가 건조해지고 가렵다. * 흰머리나 탈모 문제가 생기고 손톱이 희고 잘 부러진다. * 생리불순, 불임증, 생리통, 조기폐경 등의 증상이 나타난다.	補血
氣虛	* 움직임이 약하면 몸에 기운이 없고 권태로우며 말하기 싫다. * 얼굴색이 하얗고 식욕이 저하되는 증상이 나타난다. * 오래 서있지 못하고 자꾸 앉으려 한다. * 목소리가 가늘고 힘이 없다. * 숨이 차고 쉽게 피로하다. * 안색이 창백하고 땀을 잘 흘린다. * 노화, 영양불량, 피로 등의 증상이 가속화된다. * 남성은 발기부전이 나타난다.	補氣
陽虛	* 무릎이 시리고 추위를 잘 탄다. * 소변의 양이 너무 많거나 또는 잦은 소변 등의 증상 등이 나타난다. * 사지가 냉하고 한랭을 싫어하고 온난을 좋아한다.	補陽
陰虛	* 액성분이 모자라서 몸과 목이 건조하다. * 열감을 느끼거나 소변양이 적은 증상 등이 나타난다. * 피부가 까칠하고 자주 달아오른다. * 굳은 변을 보거나 변비가 있다. * 불면증이 있고 잘 때 식은땀을 흘린다. * 생리주기가 빨라진다.	補陰

자료: 박성혜등, 2011, 『건강약선조리약선조리』, 지구문화사, p.116 인용

2.1.3 약선요리에 관한 선행연구

약선요리의 선행연구로는 강명숙은 약재에 관한 성별에 따른 차이분석을 통하여 황기, 구기자, 치자, 감초, 부자, 하수오라는 약재가 남녀 모두 지각정도에 차이가 있는 것으로 나타나 황기, 구기자, 치자는 남성의 지각이 높게 나타났으며, 감초, 부자, 하수오는 여성의 지각이 더 높았다. 또한 노인의 건강상태에 따른 약재와 상관관계가 있는 것으로 나타나 노인의 건강상태가 좋을수록 약재의 인지정도가 높은 것으로 나타났음을(강명숙, 2002, p.20). 또한 전소현은 약재를 이용한 메뉴 개발연구에서 효능이 알려진 약재를 첨가한 메뉴를 개발하여 시판되고 있는 일반식과 비교하였는데, 일반식과 약선식의 일반성분분석을 통해 약재를 이용한 메뉴 개발 시 보장 될 수 있는 영양성분을 밝혔다. 또한 맛의 변화를 분석하고자 조리경험이 많은 조리경력 3년 이상의 전문 집단 38명을 대상으로 관능검사를 통해 맛과 향, 모양, 조직에 대해 비교하였다(전소현, 2004, p.30).

박희자는 웰빙 관심도의 시장세분화별 약선 메뉴 선택속성에 관한 연구에서 웰빙 관심도가 높은 고객층은 웰빙에 무관심한 고객층에 비해 약선메뉴의 선택속성에 대한 중요도에서 현저한 차이를 보였는데, 웰빙 적극추구형 및 웰빙 관심형은 약선메뉴 선택속성 중요도 요인 중 음식의 양, 영양가, 가격을 제외하고 맛, 조리방법, 신선한 식재료, 계절적 음식, 체질, 메뉴변화추세, 전통음식, 자연친화적인 음식, 색깔요인에서 웰빙 무관심형에 비해 약선 메뉴선택 시 더욱 중요하게 고려하고 있는 것으로 나타났음을(박희자, 2005, p.46) 연구하였고 조영신은 약선메뉴의 인지도에 대한 분석에서 한약재, 약선메뉴, 약선 식재료의 인지정도가 인구통계학적 특성에 따라 분석하였는데, 분석결과 성별에 따른 인지정도는 약선 식재료 중 육류와 수산 물류에만 차이가 있는 것으로 나타났다. 연령에 따른 인지정도는 20-30대의 응답자가 많았지만 40-50대에서 인지도가 높게 나타났다. 또한 대학교 졸업이상일수록, 소득이 많을수록 인지정도가 높은 것으로 나타났다(조영신, 2006, p.36). 류지나는 웰빙 관심도에 따른 약선레스토랑 시장세분화에 대한 연구결과 약선레스토랑 고객들로부터 3개의 동기요인 중 심리적 웰빙 인식이 고객들에게 중요한 웰빙 관심도 요인으로 나타났다. 또한 세분시장별 특징을 살펴보면 인구통계학적 특성에서 소득수준이 군집간의 차이가 통계적으로 유의한 것

으로 분석되었다. 그리고 약선레스토랑 이용 행태적 특성을 살펴보면 약선요리가 일반요리보다 건강에 도움이 된다는 항목에서 1군집은 약선요리가 일반요리보다 도움이 된다는 질문에 도움이 된다는 긍정적인 의견이 지배적으로 나타났으나 3군집의 경우에는 약간의 도움이 된다가 높게 나타나 ‘그저 그렇다’라는 의견도 많은 비율을 차지하는 것으로 분석되었다(류지나, 2006, pp.56-61). 김정미는 부산 지역 식당이용객을 대상으로 약선요리 메뉴선택속성과 고객 인지도에 대하여 분석하였는데 분석결과 성별에 따라서 자연친화와 관련된 요인에서 가격 및 음식관련요인에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 연령별 차이분석결과 자연친화, 맛과 영양이 차이가 있는 것으로 나타났으며, 소득별 차이는 자연친화를 제외한 맛과 영양관련요인, 가격 및 음식관련 요인만이 유의적인 차이가 있는 것으로 분석되었다(김정미, 2007, p.42). 이원갑은 라이프스타일에 따른 약선 음식의 시장 세분화전략의 분석에서 메뉴의 주요 속성평가인 인구통계학적 특성에 따른 속성의 중요도를 조사한 결과, 전반적으로 조리방법보다는 재료가 무엇인가에 대해 더 중요시하는 것으로 조사되었으며, 각 인구통계학적 특성요인에 따른 재료와 조리방법에 따라 선호도가 각기 다르게 나타났다(이원갑, 2008, p.44). 따라서 본 연구에서는 약선의 생리기능에 따른 약리작용과 약선요리의 조리법에 대한 고객의 선호도 및 약선의식의 품질, 영양성분에 대하여 분석하였다. <표 5> 약선에 관한 선행연구의 결과이다.

〈표 5〉 약선요리에 관한 선행연구의 결과

연구자	논문명	내용
강명숙(2002)	노인건강을 위한 약선 요리의 메뉴개발 방안	노인을 대상으로 실증분석을 통해 건강식 약선 메뉴 개발
강미애(2003)	특급호텔 조리사들의 건강식에 대한 인지정도 연구	건강식에 대한 유사개념으로 자연식, 기능성식, 다이어트식, 한방식(약선)으로 구분하여 한방식은 모든 직책에서 보통 이상의 인지도를 나냄
박건태·김도완 (2003)	약선을 이용한 건강기능식 개발	국내의 약선 한방 요리의 기초자료 제공
도기백(2003)	한방메뉴의 고객인지도	한방메뉴 인지도 차이를 분석하여 한방

	연구	메뉴의 대중화 방안 마련
전소현(2003)	약재를 이용한 메뉴개발	일반식과 약선식의 일반성분 분석 및 관능검사를 통해 비교분석
나정기(2004)	메뉴개발의 새로운 접근법 연구	한약재가 가지고 있는 약리적 효능과 식품 각각에 대한 식이적 효능의 조합을 통해 효능별 약선 요리 메뉴 개발 제시
박희자(2005)	웰빙관심도에 따른 시장세분화별 약선 메뉴 선택속성 연구	약선의 대중적인 메뉴개발이 활성화되지 못한 것에 문제를 제기하여 메뉴개발, 마케팅, 수익성 확보에 대한 방안 제시
조영신(2005)	약선 메뉴의 인지도 분석	일반 소비자와 조리사를 표본으로 약선 메뉴에 대한 인지도 분석
복혜자·이귀주·송주은(2005)	약선 음식 개발을 위한 전통식품재료와 한의학 이론의 적용 방안연구	약선음식개발에 음양오행이론과 사상체질의 적용 한계점 및 가능성
박성혜(2005)	약식동원에 입각한 약선식의 이해와 활용 방안	약식동원 사상을 이해하고 이에 따른 약선식을 이해하고 활용방안
류지나(2006)	웰빙관심도에 따른 약선 레스토랑 시장세분화 연구	웰빙관심도의 시장세분화별 약선 레스토랑의 선택요인을 규명 및 레스토랑의 경쟁력 향상 방안 강구
김정미(2006)	약선 요리 메뉴 선택속성과 고객 인지도 연구	약선 요리의 다양한 메뉴 개발을 위해 약선 요리메뉴의 선택속성과 약선 요리 인지도 파악
이원갑(2008)	라이프스타일에 따른 약선음식의 시장세분화전략	라이프스타일 유형별 군집에 따른 약선한국전통음식 메뉴선택요인에 대한 시장세분화
김현숙(2008)	약선레스토랑의 서비스품질 척도 및 고객만족도 조사	약선레스토랑의 서비스품질 향상이 고객재방문 방안 제시
박희자·이상진·최웅(2008)	로지스틱 회귀분석을 이용한 약선음식의 재구매의사에 영향을 미치는 위험지각요인에 관한 연구	약선 음식과 같은 신상품을 구매한 경험에 있는 외식소비자를 대상으로 약선음식의 구매의사결정과정의 심리적인 위험지각요인을 측정하고, 그 위험지각요인이 재구매 의사에 미치는 영향분석
최 웅·박희자·박인수(2009)	약선음식의 지각된 가치가 고객만족과 고객충성도에 관한 연구	약선음식을 구매하는 고객을 대상으로 약선음식의 지각된 가치가 고객만족 및 충성도에 미치는 영향을 파악하는데 있다
최성웅·진양호	외식소비자의 건강지향	외식소비자의 건강지향 메뉴가 로하스와

(2010)	메뉴가 LOHAS와 약선 음식 및 고객만족에 미 치는 영향	약선 음식 그리고 고객만족에 어떠한 영 향을 미치고 있는지를 파악하여 로하스와 약선 음식에 대한 시사점을 제시
나정숙(2011)	藥膳飲食의品質이顧客 滿足,顧客價值, 關係持續意圖에 미'치는 影響	약선음식의 품질에 대한 개념을 정립하고 약선레스토랑의 효율적인 운영방안과 경쟁 우위의 차별화된 유용한 정보를 제시
정미영(2012)	약선음식의 메뉴선택속 성이 고객만족과 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구	약선음식점 고객을 대상으로 약선음식 메 뉴에 대한 고객 선호도 및 선택행동을 조 사하고 약선음식점을 이용할때 고려요인을 파악하고, 고객만족 및 재방문을 유지하고 경쟁업체 사이에서 우위를 차지하여 전반 적인 약선음식점의 입지를 굳건히 하는데 도움

자료: 조영신, 2005, “약선메뉴의 인지도에 관한연구” 경기대학교 석사학위논문, pp.29-30을 참고로
재구성

2.2 메뉴선택속성

2.1.1 메뉴의 개념

메뉴(Menu)란 브리테니카의 사전에 의하면 라틴어의 'Minutus'에서 유래하여 '상세하게 기록하다'라는 뜻을 지니고 있으며 메뉴는 가격과 제시되는 목록으로 상품이자 계획과정의 중요한 양식이 되었고 음식점의 판매촉진도구이며 고객의 자극을 유발하고 이미지에 영향을 주며 상품의 종류와 구매 고객의 대상을 결정한다(Gee, 1984, p.204-205). 메뉴는 고객에게 제공되는 요리의 품목·명칭·형태·순서 등을 알기 쉽게 설명해 놓은 상세한 목록으로 원래 쿡(Cook)의 요리에 관한 각서였던 것이다. 우리말로로는 '차림표' 또는 '식단표'라 부르며, 식단 자체와 혼동하여 사용하는 경향이 있다. 불어로는 'Carte', 영어로는 'Bill of Fair', 스페인어로는 'Minuta' 혹은 'Court', 독일어로는 'Speiskarte Tageskarte', 일본어로는 '콘다테호' 등으로 불리어지고 있으나 'Menu'라는 말이 세계 공용어로 통용되고 있다(조춘봉, 2011, p.16). 메뉴는 가격과 제시된 목록의 상품이자 계획과정으로 레스토랑의 판매를 촉진시키기 위한 도구이다. 레스토랑은 메뉴에 의해서 평가된다고 보아도 과언이 아닌데 아직까지 많은 사람들은 메뉴를 단순히 레스토랑에서 제공하는 식료와 음료의 기록정도로만 생각하는 경우가 있다(김경애, 2008, p.18). 제공되는 음식을 설명한 상세표인 메뉴는 식재료를 사용하여 음식을 제조 및 생산하기 위한 모든 시설과 설비 및 인력을 포함한 일체의 행위를 일컫는 용어와는 다르지만 그 성격상 아주 밀접한 관련을 맺고 있기 때문에 어느 하나라도 배제가 되는 경우 메뉴의 존재도 불투명 해지게 된다(김희기, 2000, p.33).

메뉴는 매우 광범위한 개념으로, 레스토랑에서, 생산·판매되는 음식 항목을 적어놓은 목록표라 말할 수 있고, 음식 자체를 의미하기도 한다. 메뉴는 외부적으로는 판매 가능한 음식·가치·가격을 고객에게 전달하고 내부적으로는 레스토랑에서 생산하는 상품에 대한 정보를 직원에게 전달하는 것이다(이승익, 2011, pp.9-10). <표 6>은 선행연구자들의 메뉴정의표이다.

〈표 6〉 메뉴의 정의

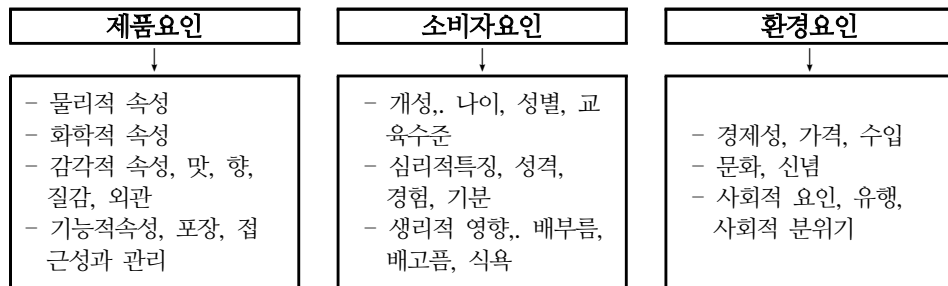
학 자	정 의
오정환(1989)	메뉴는 식단 또는 차림표이며, 레스토랑 이미지, 그리고 판매수단이다.
원용희(1989)	고객의 육체적, 정신적 만족을 증대시켜주기 위하여 제공되는 음식품목과 형태를 체계적으로 구성한 차림표이다.
나정기(1995)	메뉴는 내부적인 통제 도구일 뿐만 아니라 광고 판매 촉진을 포함하는 마케팅도구이다.
조문수(1995)	메뉴란 식당에서 유무형의 서비스를 고객에게 효과적으로 제공하기 위하여 제품의 품목과 가격을 체계적으로 작성한 목록표이다.
Hrayr Berberoglu (1987)	메뉴는 정보의 제공자이다.
Brymer(1987) Rey & Wieland(1985)	메뉴는 중요한 마케팅 수단이다.
Pavesic(1989), Scanlon(1990) Seaberg(1991)	메뉴는 레스토랑의 대화, 판매, 그리고 PR 도구이며 가장 중요한 내부의 마케팅 도구이다.
Radice(1987), Lunderg(1989) Bernard & Stone(1991)	메뉴는 판매 도구이다
Stokes(1982), Kazarian(1989) Khan(1991), Miller(1992)	메뉴는 식음료 운영에 있어서 가장 중추적인 역할을 담당하는 관리도구이며 통제 도구이다.

자료 : 신현호, 2011, "호텔프렌치레스토랑 메뉴선택속성이 고객만족 및 재문의도에 미치는 영향에 관한 연구", 단국대학교 경영대학원 석사학위논문, p.18 인용

선택(選擇)하는 것은 자신의 일상 공간에서 경험 할 수 없는 것을 다른 곳에서 경험할 수 있다는 욕구와 기대를 갖는 심리이며 약선 음식의 주요한 동기가 되는 것으로 고객의 외식행동은 가격과 아이템에 대한 고객 가치 판단을 기준으로 이루어지는데(엄은경, 2007, p.50) 이러한 상호작용을 원활히 하기 위하여 레스토랑은 식음료 상품을 구매하는 판매 도구로써 메뉴를 사용하고 있다(유룡외, 2010, pp.71-87). 메뉴의 형태는 단순한 차림표에서 벗어나 그 식당의 이미지를 표현하며 영업상에서 고객에게 제시 될 각종상품의 이름과 가격, 각종안내와 조건을 기록하고 있다(이상화, 2007, p.12). 고객은 메뉴를 통해 레스토랑이 전달하고자 하는 의미를 파악하고 선택하며 기업은 그들이 전달하고자 하는 메시지를 메뉴를 통해 고객에게 전달하게 된다.

속성이란(Attribute) 일반적으로 상품이 가진 유형 및 무형의 특징을 의미하는 것으로 소비자의 선택속성이란 이용고객이 선호하는 것과 실제 구매하는 것의 차

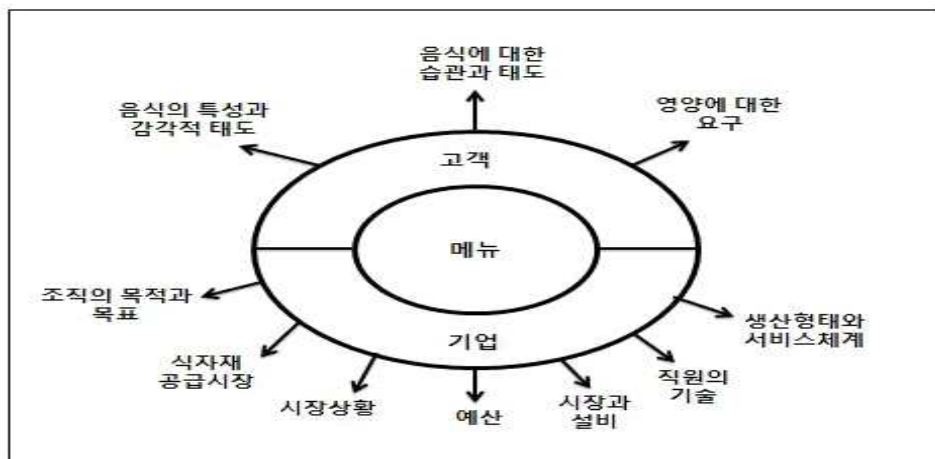
이에 대한 태도가 어떻게 형성되며 다른 속성들과 어떻게 구별될 수 있는가에 대한 것이다. <그림 2>와 같이 음식선택 동기를 제품요인, 소비자 요인, 환경요인의 3가지 분류한 것을 메뉴선택에 관여하는 요인으로 맛, 건강, 사회적 지위 및 비용 등 인지적 요인과 동기부여 재구성하였다(최정은, 2012, pp.63-66).



자료 : 최정은, 2012, “학생들의 영양 지식 · 식이 자기 효능감 및 식습관과 메뉴선택 행동과의 관계” 동국대학교 박사학위 논문. p.65. 인용

<그림 2> 메뉴선택 동기

메뉴는 고객에 육체적 · 정신적 만족을 주기위한 상품일 뿐만 아니라 메뉴를 계획하는 식음료 지배인이나 주방장 또는 조리부서의 메뉴계획 담당자에게도 중요하므로 철저한 분석과 재료조달 가능성을 고려한다(이승익, 2008, p.85).



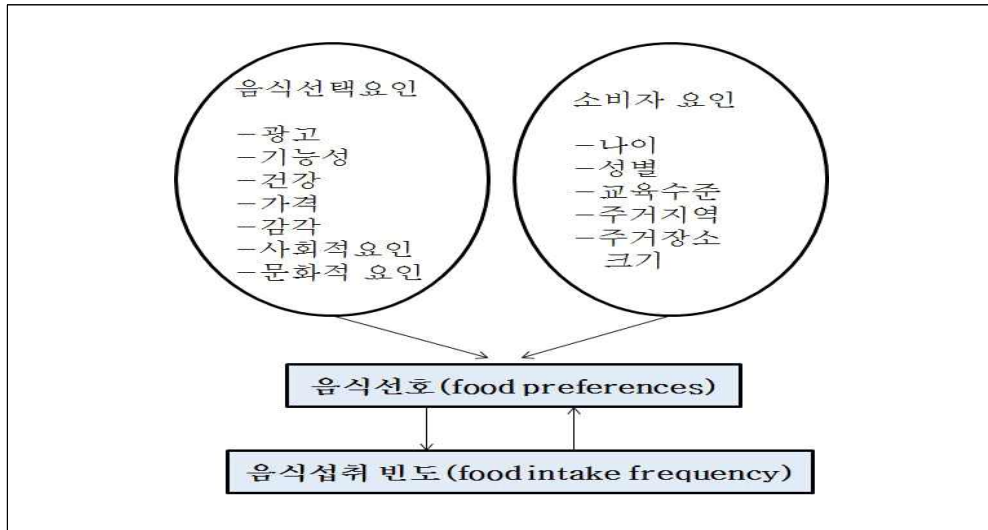
자료 : Mahmood A. Khan, 1991, Concept of Foodservice Operation and Management, 2nd ed. VNR, p.41 : Idem, VNR's Encyclopedia of hospitality and Tourism, VNR, 1993, p.89.인용

<그림 3> 메뉴기획의 고려요인

고객은 메뉴를 통하여 레스토랑이 전달하고자 하는 의미를 파악하고 메뉴를 선택하며 레스토랑은 그들이 전달하고자 하는 메시지를 메뉴를 통하여 고객에게 전달하는 상호 보완적인 관계이다. 레스토랑은 고객이 메뉴를 선택하거나 음식을 소비하기 전에 여러 가지 다양한 요인들에 의하여 영향을 받으므로 고객이 어떠한 선택행동을 하는지 분석해야 한다(신현호, 2011, p.49). 특히 레스토랑에서 메뉴의 구성 및 계획은 그 무엇보다 중요하다고 할 수 있으며 이러한 고객의 선택행동을 분석한 학자별 정의는 매우 다양한데, Engel과 Blackwell은 경제적인 재화와 서비스를 획득하고 사용하는데 직접 관련된 개인의 행동 및 그 행동에 앞선 제반 결정과정이라고 했으며(Engel, 1992, pp.21-49), Bagozzi와 Zaltman은 제품이나 서비스 혹은 기타의 자원을 획득, 사용한 뒤 결과에 대한 개인이나 집단이 보이는 제반행위, 과정 또는 사회적 관계라고 정의했다(박시사, 2001, p.17). 이와 같은 학자들의 정의 중 공통된 부분을 취합하여 고객행동의 정의를 내려보면 개인, 또는 집단이 그들의 욕구를 만족시키기 위하여 사회적 상호관련과 환경적 요인의 제약 하에서 정보를 처리하는 심리과정과 의사결정과정을 거쳐 재화 및 서비스를 접근, 구매하고 이러한 경험을 통해 나타나는 일련의 행동과정이라고 할 수 있는 것이다(조용상, 1999, p.15).

호텔레스토랑 이용고객이 자신의 욕구를 충족시키기 위하여 선호는 메뉴를 선택하는 과정에는 다양한 요인들이 영향을 미치게 된다. 어디서, 무엇을, 누구와 함께 식사할 것인지를 결정함에 있어서 다양한 기대감과 판단점을 가지고 메뉴를 선택하게 되는 것이다. 따라서 메뉴의 선택은 여러 속성과 고객의 가치판단이 상호작용하여 이루어지는 선택행동 이다(이승익, 2011, p.12).

소비자가 메뉴를 선택할 때 다양한 요인들이 서로 복합적으로 영향. 미치며 사전지식과 과거경험을 바탕으로 메뉴를 비교하여 선택하게 되어 음식선호 패턴은 지속적인 선택행동의 결과로 형성된다. Wadolowska는 <그림 4>과 같이 메뉴선택 요인을 광고, 기능성, 건강, 가격, 감각, 사회·문화적 요인으로 분류하여 소비자요인과 음식선호와 섭취빈도에 미치는 영향을 연구하였다 (Wadolowska, 2008, p.123).



자료 : Wadolowska, L. 2008, Food choice models and their relation with food references and eating frequency in the polish population, *Food policy*,33(2),p.123.

〈그림 4〉 음식선호와 섭취빈도 : 음식 선택 요인과 소비자 요인

2.2.2 메뉴선택속성 및 영향요인

특정 음식을 선호하는 데에는 다양한 요인들이 개인에게 복합적인 영향을 미치게 되는 여러 이유가 있으며 이러한 고객의 메뉴선택에 미치는 요인으로 중요하게 관리 되어야 할 것이 메뉴선택속성 이라고 할 수 있으며 그 세부적인 내용은 다음과 같이 정리 할 수 있다.

2.2.2.1 메뉴 가격에 대한 관점

음식의 가격은 매우 중요한 것으로 어떠한 음식을 선택한 고객의 수는 판매수입에 직접적 영향을 미치게 되는 것이며 고객이 식·음료 상품을 구입할 음식의 가격이 그 식·음료 상품에 대한 지표가 되는 경우가 많다.. 가격의 설정 시 음식의 최저가격은 이윤 및 전체적인 가격에 대한 공정성과 적정성을 가져야 하는데 제품의 가격이 그 품질과 상이함이 크게 나타날수록 수요량은 감소한다(Pavesic, 1983, pp.127-134). 이러한 이론에서는 가격보다는 품질과 가치에 중점을 두며

고객의 평가를 아는 것 또한 매우 중요한 부분으로 나타난다. 고객은 점점 더 고품질의 상품과 품질이 제대로 갖추어 졌을 때 비로소 고객은 그에 상응하는 가격을 기꺼이 지불하게 된다. 그러나 메뉴가격의 결정시 심리적인 요인을 배제할 수 없는 중요한 부분을 차지하기 때문에 심리적인 가격기술에 대한 연구 또한 학계에서는 꾸준히 진행되어 가고 있다. 심리적 가격기술에 일반적인 원칙은 ‘한 식당의 메뉴가격에서 가장 비싼 주 요리의 가격은 가장 싼 주 요리의 가격의 2.5배를 넘지 않는다.’ 라는 것인데 너무 낮은 가격으로만 음식가격을 설정 했더라도 고객의 재방문이 이루어 지지 않는다면 전반 적인 만족도가 떨어진다는 것이다 (권향숙, 2010, p.33). 현재는 인기가 없는 메뉴라 하더라도 향후 개발을 통해 발전 가능성이나 수익성이 존재 한다면 가격을 인하하여 그 판매량을 늘릴 수 있다는 이론을 지지하였다.

2.2.2.2 음식의 질과 양의 관점

음식의 기호적 가치는 사람의 시각, 촉각, 후각, 미각 등의 관능에 의하여 판단되는 품질특성으로 이러한 기호성분은 식욕과 포만감과도 관계를 가지고 있다고 볼 수 있으므로 맛있는 음식은 식욕을 증진시키며 만족감을 부여함과 동시에 소화를 돕고 영양소의 흡수를 증가 시킬 수 있다(정태선, 1997, p.25). 고객이 음식을 선택할 때 작용하는 요인은 식자재 관리에서부터 조리된 음식에 이르기 까지 고객에게 어떠한 방식으로 얼마만큼 제공하는지와 이 모든 작업이 이루어지는 주방의 위생상태 및 식당내의 분위기에 따른 고객의 반응과 음식의 맛과 가격에 대한 심리적, 정신적 반응과도 밀접한 관계를 가진 관점을 살펴서 진행하여야 한다.

2.2.2.3 메뉴 품목의 다양성

고객의 수준이 높아지고 식당의 정보를 습득하기 쉬워지면서 메뉴의 구성은 양보다는 질을 추구하며 미적요인 보다는 기능적인 요인을 더욱 중시하는 분위기가 생성되는 추세임을 알 수 있다. 메뉴 자체가 도달 가능한 시장의 범위를 결정하며 이를 구성하는 메뉴 아이템의 선택과 연출법은 매우 중요하고 메뉴기획자가

메뉴를 구성할 때 아이템의 다양성은 매우 중요 요인이 되는 것이라 할 수 있다. 소수의 고객을 위한 메뉴의 개발도 필요한데 이러한 것은 그 아이템을 선택하게 되는 고객이 의사결정권자이거나 전체적인 의사결정의 결정적인 영향력을 미치는 자일 수도 있기 때문이다(강연숙, 2009, p.31). 식당을 이용하는 고객은 다양한 메뉴의 제공을 원하고 메뉴는 넓은 의미에서 그 식당이 도달할 수 있는 시장의 범위를 결정하기 때문에 메뉴를 구성하는 아이템과 그 연출 방법은 아주 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다(Iverson, Kathlenn, 1988, p.71).

2.2.2.4 영양 및 건강식의 관점

외부조건이 비슷한 상품일 경우 고객은 기호적인 측면과 더불어 특별한 영양을 제공해 주는 신선한 재료 및 조리법으로 영양의 공급과 건강증진 까지 고려해 메뉴를 선택 한다(고영욱, 2010, p.34). 따라서 고객이 식·음료 상품 선택 시 배고픔을 채운다거나 식욕과 같은 욕구를 채우기 위한 수단뿐만 아니라 건강과 영양적인 부분을 채우기 위한 선택이 중요한 부분을 차지하는 것이다. 식당경영자 및 개발자는 영양식 메뉴를 개발 할 때 고객의 기호만을 고려하지 않고 영양적인 면과 건강식을 원하는 고객의 요구와 욕구에 부응하고 있다는 사실을 고객에게 인지시켜 주는 것과 동시에 이러한 활동을 통해 이미지를 좋아지게 할 수 있을 것이며 다른 경쟁업체에 비하여 경쟁적 우위를 확보함으로써 경영 자체에도 큰 도움이 될 수 있을 것이다(Iverson, Kathlenn, 1988, p.71).

2.2.2.5 준거 집단의 사회적 체면

개개인 간의 구전 혹은 상호작용은 잠재고객으로 하여금 새로운 구매를 할 때 아주 중요한 역할요소이며 고객 입장에서 서비스 상품을 이용할 때는 친구나 가족 등 준거집단이 제공하는 정보의 신뢰도가 크게 작용하며 이러한 준거집단 속에서도 새로운 구매가 일어날 때 의견 선도자가 존재하고 그들이 제공하는 구매에 관한 의견은 다른 고객들에게 큰 영향을 미치게 되는 것이다.(이학식, 2001, pp.361-363) 따라서 새로운 메뉴의 개발이나 기존 아이템에서의 변화를 두고자

할 때는 준거집단 내의 의견 선도자를 잘 파악하고 공략하는 것이 전문가 집단이나 단골고객의 관리보다 중요하다고 본다. 또한 잠재시장에서의 우위를 차지하고 식당이미지를 좋게 만들며 나아가 식당의 매출증대에도 크게 이바지 하게 된다고 볼 수 있다. <표 7>는 메뉴선택에 영향을 주는 요소이다.

〈표 7〉 메뉴선택에 영향을 주는 요소

메뉴의 종류	선택 할 수 있는 메뉴의 품목 종류
음식의질	신선한음식이 제공되는가, 아니면 가공된 음식이 제공되는가, 또는 어떤 주류가 제공 되는가 등의 고객의 선택에 영향을 미친다.
음식의양	1인분의 양이 얼마나 되는 가라는 양적인 면이 고객의 만족도에 영향을 미친다.
변하지 않는 맛	단골고객에게 매번 같은 음식을 주문하는 것은 그 음식이 전에 먹었을 때와 같은 맛과 만족을 기대하기는 어렵기 때문이다.
향기 및 색깔	음식의 평가는 맛과 함께 보고 느끼는 것이다.
음식마다 적절한 온도로 제공되는지의 여부	뜨거운 음식은 뜨겁게 차가운 음식은 차갑게 정확한 온도와 시간에 서비스되어야한다.
서비스로 제공되는 음식 및 음료	고객에게 서비스차원에서 부가적으로 제공되는 음식의 음료의 정도가 고객을 감동시킨다.

자료 : 신재용, 박기용, 1999, 『외식산업론』. 대왕사, p.95 인용

2.2.3 메뉴선택속성에 관한 선행연구

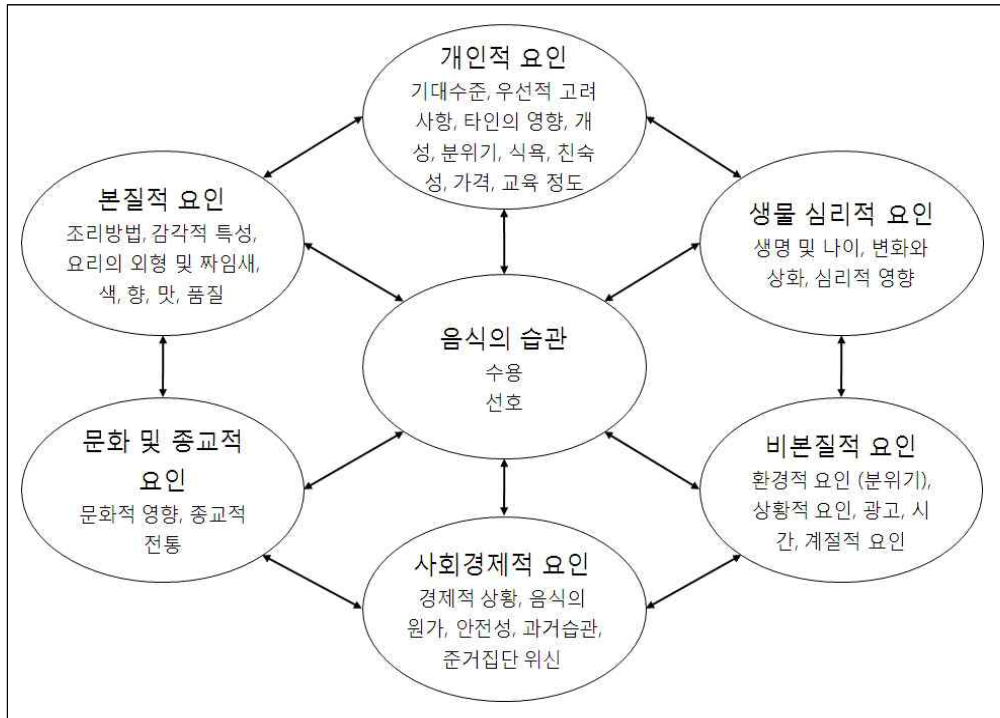
소비자가 특정음식을 선호하는 이유는 여러 가지가 존재하며 다양한 요인들이 서로 복합적으로 영향을 미쳐 음식을 선택할 수 있게 한다. 레스토랑에서 메뉴의 선택에 있어 음식 자체의 본질보다는 고객의 효용가치가 직접적으로 관계되는 메뉴속성이 진보하고 있다고 할 수 있다(홍성수, 2013, p.21).

소비자는 이러한 직접 또는 간접적인 지식과 경험을 바탕으로 메뉴를 비교하여 행동으로 옮기며 음식 선호성향은 순간 또는 지속적인 선택행동의 결과

로 형성 된다.

고객의 외식행동은 가격 및 아이템에 대한 고객 가치판단을 통하여 이루어지는 성향이 강하며 이러한 상호작용을 원활히 하기 위하여 레스토랑은 식음료 상품을 구매하게 하는 일종의 판매 도구로써 메뉴를 사용하고 있다(유훈, 2010, p.72). 고객은 메뉴를 선택하거나 음식을 소비하기 전에 여러 가지 다양한 요인에 영향을 받고 있으며, 고객의 취향과 선호에 따른 메뉴 선택은 독립적인 요인보다 복합적이고 다양하며 서로 상호작용을 하여 영향을 미치기 때문에 레스토랑 경영자와 종사원은 고객의 메뉴 선택과 선호에 있어 신중하게 관찰하여 고객의 욕구에 부응할 수 있도록 하여야하며 어떠한 요인들이 영향을 끼치는지를 파악해야 한다(엄은경, 2007, p.21).

Khan(1993)은 음식을 선호하는 태도에 영향을 미치는 요인을 본질적인 요인, 비본질적인요인, 생물적, 생리적, 심리적요인, 개인적 요인, 사회 경제적 요인, 문화 및 종교적 요인으로 분류하여 제시하고 있는데, 첫째, 본질적 요인은 음식으로써 고객에게 제공되는 부분으로 음식이 갖는 특성과 고객이 원하는 메뉴에 대하여 최상의 품질과 상태로 제공되어야 한다. 둘째, 비본질적 요인으로는 환경적 요인(분위기), 상황적 요인, 광고, 시간과 계절적인 요인을 말하고 있다. 셋째, 생물적, 생리적, 심리적 요인으로는 생명 및 나이, 변화와 상황, 심리적 영향이 있으며 고객의 연령층과 상황에 따라 음식 선택에 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 넷째, 개인적인 요인으로 고객의 기대수준과 우선적인 고려 사항, 타인의 영향, 개성, 분위기, 식욕, 친숙성, 가족, 교육의 정도에 따라 크게 영향을 미친다고 주장하였다. 다섯째, 사회 경제적 요인으로는 경제적 상황과 음식의 원가, 안전성, 과거의 습관, 준거집단, 위신이 있다. 여섯째, 문화 및 종교적 요인은 종교적 제한 및 전통, 문화적 영향이라 할 수 있다(Khan, 1993, p.91). 이 요인은 한 집단이나 사회, 국가, 문화에서 나타날 수 있는 특징이며 음식에 대한 습성에 따른 수용 및 선택 속성에 영향을 미치는 요인들을 살펴보면 <그림 5>와 같다.



자료 : Khan, 1993, Menus and Menu Planning, VRN'S ENCYCLOPEDIA of HOSPITALITY and TOURISM (N. Y. VAR). p.91

〈그림 5〉 음식에 대한 습관, 수용 및 선호에 영향을 미치는 요인

메뉴는 관리자와 고객의 입장에서 관리와 통제자의 역할을 하고 두 역할이 통합되는 하나의 시스템을 관리하고 통제하는 역할을 하며(조춘봉, 2003, p.23) 레스토랑 상품을 나열하는 단순 기능뿐만 아니라 시장과 고객을 연결하는 도구이다. 경영자와 고객 간의 의사소통을 하는 매우 중요한 마케팅 수단이다(유룡, 2010, p.71). 따라서 본 연구는 메뉴선택속성을 약선요리전문점의 메뉴를 기준으로 약리작용(나정기, 2004; 박혜성, 2011; 박희자, 2005; 한영용, 2010), 약선조리법(박희자, 2005; 최성웅, 2010; 이원갑, 2008), 약선품질(박혜성, 2011; 전소현, 2004; 박희자, 2005; 김정미, 2007), 영양성분(강미애, 2003; 최성웅, 2010; 김정미, 2007)등 네가지 요인으로 나누어 선행연구를 토대로 연구하고자 한다. <표 8>은 메뉴선택속성에 관한 선행연구이다.

〈표 8〉 메뉴선택속성에 관한 선행연구

연구자	논문명	내 용
조문수(1996)	호텔 고객의 메뉴 선택행동 결정 요인에 관한 연구	음식의 맛, 품질, 영양, 음식의 가치, 가격
Filitrault & Ritchie(1998)	The impact of situational factors on the evaluation of hospitality servi	요리의 종류, 가격, 서비스 질, 분위기, 음식의 질
Dube(2000)	Multiple roles of consumption emotions in post-purchase satisfaction with extended servicetransaction	음식의 질, 메뉴의 다양성, 음식품질의 일관성, 대기시간, 종업원의 친절성. 종업원의 도움
Falk, et.al. (2001)	Managing healthy eating: Definitions ,classifications and strategie	식재료의 균형, 저지방, 체중조절, 영양균형, 자연식품, 질병관리, 질병예방
이현주(2003)	호텔이용고객의 Italian Food에 대한 메뉴선택속성에 관한연구	맛, 음식의 색, 메뉴교체시기, 메뉴판 구성의 순서, 이벤트 메뉴, 요리의 이름, 조리법
조미숙(2005)	외식과 관련된 건강 및 영양 문제 연구	비만과 성인병 예방, 건강 컨셉 메뉴
이승익 · 조춘봉 (2008)	외식소비행동에 따른 메뉴선택속성에 관한 연구	맛, 질, 신선도
최성웅(2010)	약선요리의 구매동기와 선택속성이 구매태도에 미치는 영향	조리방법, 영양성분, 다양성, 품질
이승익(2011)	외식기업 메뉴품질과 브랜드 이미지가 가치지각 및 고객만족, 재구매의도에 미치는 영향	맛, 다양성, 건강, 위생
최정은(2012)	학생들의 영양 지식식이 자기효능감 및 식습관과 메뉴선택 행동과의 관계	건강추구, 편의성 추구, 감각성 추구
고재윤 · 홍성수 유은이.(2013)	외식소비자의 라이프스타일과 한식메뉴선택속성의 관계연구	음식, 품질, 추천, 건강추구

자료: 이윤주, 2013, "호텔 고객이 지각하는 푸드테라피가 메뉴선택속성, 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향", 영산대학교 경영대학원 박사학위논문, p.24를 참고로 논자 재구성

2.3 고객만족 및 장기관계지향성

2.3.1 고객만족 및 장기관계지향성의 개념

2.3.1.1 고객만족

만족은 개인의 주관적인 경험 즉, 인지 결과가 당초의 인지 결과가 당초의 기대에 이르거나, 그 이상이 됨을 의미한다. 또한 만족은 다른 상대방과의 관계 속에서 상대방의 모든 요소에 대한 긍정적인 감정의 상태이며 고객이 서비스를 경험하고 그 품질과 성과를 주관적으로 지각한 후 느끼는 감정적인 결과라고 할 수 있다. 소비자들은 제품이나 서비스 구매 후 평가를 통하여 다양한 심리적 반응 및 태도를 형성한다. 이러한 심리적 반응은 이성적 판단 또는 감정적인 반응으로 구성되는데, 이를 만족 또는 불만족이라고 분류하며, 이렇게 형성되는 고객의 만족 혹은 불만족은 기업에게 중요한 영향을 미치는 요인 중에 하나로 기업의 미래 수익성 향상과 경제적인 성과에 영향을 미친다(Anderson, 1994, pp.53-66). 고객이 만족한 것에 그치지 않고, 매우 만족하도록 하여 높은 성과를 내는 것이 중요하고 하였다. 불만족역시 만족처럼 비선형의 관계를 보여주는데, 약간의 불만족 상태에서도 고객이 급격하게 이탈되는 현상을 보인다 (Oliver, 1980, pp.460-469). 고객만족이란 기대가 소비경험에 관한 고객의 이전 감정과 불일치할 때 느끼는 심리적 상태라고 만족의 개념을 제시하였으며, Tse는 만족의 개념을 어떤 제품이나 서비스가 비교적 잘 수행되었는가, 혹은 제품이나 서비스가 사용목적에 적합한가에 대한 의식적인 판단 또는 평가라고 하였다(Tse, 1988, pp.204-212). Oliver는 특정 제품이나 서비스 등과 같은 구성요인들에 대한 만족이 기업의 전반적인 만족을 설명하는 구성요인이라고 밝히고 있다(Oliver, 1999, pp.33-44). 고객만족 결정요인의 재평가를 통해 지금까지의 고객만족에 관한 연구가 기대-불일치 패러다임에 표적을 맞추어온 것을 비판하고 새로운 개념적 모델을 통해 고객만족의 속성만족(attribute satisfaction)과 정보만족(information satisfaction)을 제시하였으며(Spreng, 1996, pp.15-32), 고객만족의 결정요인으로 서 지각된 품질, 고객 기대, 지각된 가치를 제시하였다(Fornell, 1996, pp.7-18).

관계만족이란 고객이 소매점간의 관계에서 느끼고 있는 종합적인 평가로부터 형성된 고객의 감정 상태라고 하였으며, 조직 간의 교환모형에서 만족이 상대방과의 파트너십 관계를 형성하는 과정에서 핵심적인 요소로 작용함을 밝혔다 (Anderson, 1990, pp.42-58). 한편, 유통경로 연구에서는 경로 구성원의 만족이 경로 구성원간의 사기와 협력을 증진시키고, 관계의 종결을 줄이고, 법적문제를 감소시키는데 역할을 한다는 것을 확인한 바 있다(Ganesan, 1994, pp.1-19). 서비스품질은 고객만족도에 영향을 미쳤으며, 고객만족도는 관계지향성에 유의한 긍정적 영향을 미치는 결과가 나타났다(신수연, 2003, pp.1230-1241). 따라서 본 연구에서는 약선요리전문점의 이용 후 가격, 조리방법, 영양적 가치, 맛과 신선도 등에 대한 만족도를 (최성웅:2010, 신형호:2011, 김현철:2007, 김윤희:2011)선행 연구를 바탕으로 연구하고자 한다. <표 9>과 같이 학자마다 다양한 고객만족의 정의를 내리고 있다.

〈표 9〉고객만족의 정의

연구자	정의
Howard & Sheth(1969)	구매자가 치른 대가에 대해 적절히 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 인지적 상태
Anderson(1973)	기대와 지각된 제품 성과의 일치/불일치의 과정.
Czepiel &Rosenberg (1976)	고객의 욕구 및 요구를 충족시키는 정도에 대한 소비자의 주관적 평가
Hunt(1977)	사전기대와 실제 소비경험의 일치여부에 대한 평가.
Oliver(1981)	고객만족/불만족은 기대수준과 기대불일치 수준의 총합.
Engel &Blackwell(1982)	선택된 제품 및 서비스가 사전적으로 가지고 있던 신념과 일치했는가의 여부에 대한 평가.
Westbrook & Reilly(1983)	구매한 특정 제품이나 서비스, 소매상, 혹은 쇼핑이나 구매행동과 같은 행태와 관련된 또는 이들에 의해 야기되는 경험에 대한 감정적 반응
Tse & Wilton (1988)	소비이전의 기대와 제품에 대해 소비 이전에 인지된 실제성능과의 인지적 차이에 대한 소비자의 평가.
Babin & Griffin (1988)	불일치와 지각된 성과 등을 포함한 일련의 경험에 대한 평가 결과에 따라 유발되는 정서적 반응.

Westbrook & Oliver (1991)	특정한 구매 선택에 관하여 선택 후 평가적 판단.
Mano & Oliver (1994)	제품 만족은 쾌락적인 연속체에 따라 변화는 소비 후 평가적 판단과 같은 태도.
Spreng, Mackenzie & Olshavsky(1996)	제품 또는 서비스 경험에 대한 정서적 반응으로서 감정적 상태
Babin & Griffin (1988)	일련의 경험에 대한 평가 결과 유발되는 정서적 반응
Kotler(1997)	기대에 관하여 제품의 지각한 성과/결과를 비교하여 나타난 즐거움 또는 실망의 개인적 느낌.
Oliver(1997)	소비자의 충족상태에 대한 반응, 그것은 제품(혹은 서비스)의 특성 또는 제품(혹은 서비스)자체가 소비에 대한 충족상태를 미 충족 또는 과충족 수준을 포함하여, 유쾌한 수준에서 제공하거나 제공하였는가에 대한 판단.

자료 : 김성훈, 2006, “서비스품질이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향” ,연세대학교 대학원 석사학위논문. 재인용

2.3.1.2 장기관계지향성

서비스는 무형성, 이질적인 특성을 가지고 있기 때문에 상호작용이 많이 발생하는 서비스 접점에서 고객과 관계유지를 위한 서비스공급자는 더욱 중요한 요인이 된다(Jones, 2000, pp.147-159).

따라서 거래관계에 있어서 중요한 핵심은 단 한 번의 단기적인 거래에서 그치지 않고 고객과의 장기적인 관계를 형성하여 이러한 교환관계를 지속적으로 유지하고 발전시켜 나아가는데 목적이 있다. 그러므로 고객을 동반자로 인식하고 장기적인 우대를 강화하는 방향으로 전략을 수립해야 하며, 이러한 견해는 장기지향성(long-term orientation)이라는 개념으로 설명될 수 있다(허진, 2012, p.44). 장기지향성(long-term orientation)은 가장 일반적인 장기적이며 우호적인 협력관계를 의미하는 것으로 단순한 확률의 차원이 아니라 장기적 관계를 가지려는 부문들의 욕구이다(Noordewier, 1990, pp.80-94). 최종 고객이 요구하는 것을 거래 쌍방이 만족시켜주기 위해 장기적으로 각자의 활동을 조정하며

동반자적 사고가 지배하는 거래관계로서 판매자와 구매자관계를 반복적이고 장기적인관계를 형성하는데 있다. 이는 기업이 추구하고자하는 최상의 목표가 기존고객을 오랫동안 붙들어 두는 것과 다른 기업으로의 이탈을 막는 것이기 때문이다. 기업은 고객을 독립된 파트너로 인정하고 그들의 요구에 최선을 다해 응대함으로써 고객과의 관계가 강화되고 강화된 관계는 결과적으로 다른 대안의 매력물 또는 주변의 상황변화에 영향을 받지 않고 지속적으로 일정수준 이상의 수익률을 기업에게 가져다 줄 수 있다(Ganesan, 1994, pp.1-19). 장기적관계지향성에 대한 정의는 공급업체의 성과뿐만 아니라 거래주체들의 공동의 성과가 장기적으로 자사에 혜택을 줄 것으로 기대하여 성과가 상호의존적인 지각이라고 정의하고 있으며, 또한 교환구성원간의 관계의 지속에 대한 암시적이고 명시적인 서약이라고 하였다(Dwyer, 1987, pp.11-27). 경로구성원들 간의 관계마케팅의 관점에서 정의를 살펴보면, 관계적 교환은 장기적으로 지속되면서 서로의 이익과 의무를 공유하고 당사자들 간의 상호 신뢰와 미래의 거래조건에 대한 계획을 공유해야 하기 때문에 교환 당사자들 간의 장기지향성이 중요하다고 주장하였다(Robicheaux, 1994, pp.38-51).

이와 같은 맥락에서 경로구성원들 간의 장기지향성이 높아질수록 고객요구의 효과적 충족이 가능하게 되어 결과적으로 거래당사자 쌍방에게 이익이 된다고 할 수 있다. 이렇듯 경로구성원들(Doney, 1997, pp.35-51)간의 장기협력 관계의 궁극적인 목적은 판매자와 구매자간의 지속적인 거래를 가능하게 하는 것이며, 장기협력관계는 단절적 거래의 형태를 관계적 교환의 형태로 변화시키는 것이라고 할 수 있으며, 장기지향성은 공급자의 산출물과 공급자, 소매상 공동의 산출물 모두가 장기적으로 소매상에게 이익이 된다고 기대되어지는 산출물의 상호의존성에 대한 인식으로서, 장기지향성에 대한 연구가 진행되었다(Kelly, 1978, pp.265-314). 한편, 고객만족과 장기관계지향성의 관계에서 재 구매의도 및 충성도, 구전효과 안정성관계유지 등을 고객만족 관리의 종속변수로서 관계유지의도와 관계단절의도를 측정하였으며 관계유지의도를 측정하기 위해서는 장기적 관계 지속의도, 재 구매의도, 지속적 혜택에 대한 믿음, 정보의 공유의지 등을 측정하였다(이지현, 2003, pp.85-695). <표 10>와 같이 학자마다 다양한 장기적관계지향성의 구성요소 정의를 내리고 있다.

〈표 10〉 장기적 관계지향성의 구성요소 정의

연구자	구성요소
KellyandThibaut (1978)	공급업체의 성과뿐만 아니라 거래주체들의 공동의 성과가 장기적으로 자사에 혜택을 줄 것으로 기대하여 성과가 상호의존적인 것으로 지각하는 것
Ganesna(1994)	최종 고객의 욕구를 충족시키기 위해 거래관계를 맺고 있는 양당사자들이 장기적 관점에서 각자의 활동을 주장하는 한편, 자신의 성공이 상대에 의해 결정될 수 있다는 동반자적 사고가 지배하는 거래관계
임영균 등.(1996)	최종 고객이 요구하는 것을 거래 쌍방이 만족시켜주기 위해 장기적으로 각자의 활동을 조정하며 자신의 성공이 거래상대방에게 달려 있다는 동반자적 사고가 지배하는 거래관계
Noorde, Wier, John and Nevin(1990)	단순한 확률의 차원이 아니라 장기적 관계를 가지려는 부분들의 욕구
Dwyer Schurr and Oh(1987)	교환구성원간의 관계의 지속에 대한 암시적이고 명시적인 서약
Allen and Meyer (1990)	특정 기업에 대한 심리적 애착
Moorman, Zaltman and Deshpande(1992)	가치 있는 관계를 지속하고자 하는 지속적인 바람
Gwinneretal.(1998)	구매자와 판매자간의 관계형 교환 관련 연구에서 구매자는 거래비용이나 미래혜택의 불확실성을 줄이고, 단기적인 거래 관계에서 얻을 수 없는 특정한 이득을 얻기 위해 판매자와 장기적인 결속을 맺는다.
박기안·김찬경·임재욱 (2002)	거래 당사자 간의 장기적 우호적 협력관계
박준철(2003)	개인 또는 조직이 특정한 활동 및 대상에 대한 결속된 상태
고은경(2005)	관계효익, 공정성, 만족, 신뢰 그리고 몰입은 장기지향성에 영향을 미친다.
김유경,서문식(2006)	고객들의 만족은 장기지향성과 유의한 관계를 갖는다.
서은경(2006)	장기간에 걸쳐서 상호 의존적인 공동 활동의 결과가 고객에게 이득이 된다고 지각되는 것을 장기적 관계 지향성이라고 하였

	다.
김동수, 손병모 (2011)	구매자와 판매자간의 장기관계지향성은 고객의 욕구를 보다 잘 충족시키고, 상호간의 이익을 증가시키며, 서비스제공 기업과 고객 사이에 반복적으로 발생하는 상호작용인 대인의 관계는 유대를 강화시키며 장기적인 관계지속을 유지한다.
허진, 최웅 (2012)	관계특성이 관계의 질과 만족, 장기지향성에 미치는 영향을 실증적 분석함으로 장기적이고 효율적인 관계를 구축하기 위한 전략제시

자료: 라채일, 2013, "관계혜택이 신뢰관계 결속 및 장기적관계지향성에 미치는 영향", 호남대학교 대학원 박사학위논문, p.27를 참고로 논자 재구성

2.3.2 고객만족과 장기관계지향성에 관한 선행연구

장기지향성은 업체 간의 장기적인 협력관계를 지속하기 위해 연구되어져왔다. 마케팅 분야의 연구자들은 교환의 본질을 거래 또는 시장에 근거한 구매자와 공급자들 간의 교환으로 보고 구매자와 공급자간의 교환관계에 초점을 두었다. 관계혜택과 관계 결속력 사이에 상호 작용적 영향관계가 있을 수 있음을 제안하였다. 지속적 관계유지는 더 많은 관계혜택을 제공함으로써 높아지는 것으로 나타났다. 또한 관계의 결속력이 증가할수록 고객은 더 많은 관계혜택을 추구 할 가능성이 높은 것으로 나타났다(Gwinner, Kevin, 1998, pp.101-114). 이는 관계혜택이 관계를 지속시키는 역할을 하는 것뿐만 아니라 관계의 결속력을 강화하는 역할도 동시에 할 수 있음을 시사한다. 산업형태, 조직구조, 개인적인 성향, 파트너요인, 제품요인, 프로세스요인이 관계지향성에 영향을 미치는 것으로 보았다. 시간이 경과하게 됨에 따라 거래쌍방이 서로 관계에 대한 몰입도가 높아지는 것이 보다 나은 관계 지향성을 낳을 수 있다고 하였는데(Dwyer, 1987, pp.11-27), 장기적 교환관계를 통해 나타나는 혜택으로 관계유지를 통한 거래당사자들 간의 재 구매와 교차판매 기회의 증가, 기존고객으로부터 신제품에 대한 아이디어를 얻고 신제품에 대한 시험마케팅, 제품차별화가 전환장벽으로 작용하여 경쟁업자가 쉽게 극복할 수 없는 경쟁우위로 작용할 수 있게 한다(이감용, 2001, pp.65-103). 특정한 소매업체와 장기지향성을 형성하고 있는 공급업체는 단기적

인 거래를 형성하고 있는 공급업체보다 장기간에 걸쳐 보다 유리하게 재고를 활용함으로써 비용을 절감할 수 있고, 장기관계를 맺고 있는 공급업체는 안정된 고객에게 제품을 제공하기 때문에 단기거래 지향적인 공급업체보다 판매비 및 일반 관리비를 절감함으로써 높은 수익을 달성할 수 있다고 제시하였다(Kalwani, 1995, pp.1-16). 재 구매의도는 제품이 복잡하고 위험지각이 높은 제품일수록 구매자가 공급자와의 관계에서 친분이 높다고 재 구매를 하는 것이 결코 아니며 재 구매는 과거 경제적 효율성에 대한 평가거래의 공정성과 제품만족에 의해 결정 된다. 반복적 거래가 관계지향성의 기초를 제공하는 하나의 요소이며, 고객과 기업 간 관계를 통해서 고객이 기업의 의사결정과정에 적극적으로 영향을 미치게 됨으로써 보다 크고 가치 있게 발전될 것이라고 지적하였다(Webster, 1992, pp.1-17). 경로구성원들 간의 관계를 관계마케팅의 관점에서 정의하였으며, 교환 당사자들 간의 장기지향성의 중요성을 제기했다. 이러한 경로구성원들 간의 관계적 교환은 장기적으로 지속되면서 이익과 의무를 상호 공유하고 관계 당사자 간의 상호신뢰와 미래의 거래조건에 대한 계획을 수립해야 한다(Robicheaux, 1994, pp.38-51).

구전은 주위사람들과의 커뮤니케이션을 통해 전파되기 때문에 그 파급효과가 더욱 크다고 할 수 있으며 긍정적 구전의 증가와 부정적 구전의 감소/방지 행동의 도도 포함되어야 한다. 주위사람들과의 커뮤니케이션을 통해 전파되는 것이 구전이기 때문에 그 파급효과가 더욱 클 것이다. 구전커뮤니케이션은 긍정보다 부정적인 쪽으로 편향되기 쉬우며 부정적 구전이 긍정적 구전보다 의사결정과정에 보다 큰 효과를 미칠 것이다. 장기관계지향성은 관계의 지속성과 상호의존정도를 포함하는 개념으로 태도 및 행동적의도가 혼합된 개념으로 볼 수 있으며 장기적 관계지향성을 측정하기 위해서는 반복구매 행동의도나 구전의도 뿐 만 아니라 관계지속의도 등을 포함하여 측정하여야 한다.

공급업자와 제조업자의 관계에서 제조업자의 장기지향성 형성에 있어서 제조업자의 힘과 환경의 불확실성이라는 두 개의 국면을 적용하여 조절역할을 하는지 알아보고자 하였는데, 신뢰가 장기지향성 형성에 있어서 제조업자의 힘은 부정적인 조절역할을 하는 것으로 밝히고 있다. 경로구성원 간의 장기지향성은 보다 고객욕구의 효과적인 충족이 가능하게 되어 거래당사자 쌍방에게 이익을 제공한다

는 결과를 제시하였고(Anderson, 1989, pp.310-323), 산업재의 공급업체와 소매업체 간의 선행요인 및 그 결과에 대한 연구에서 이들 간의 장기지향성이 쌍방 모두에게 이익을 준다는 것을 입증하였다(Doney, 1997, pp.35-51). 장기적 관계지향성을 고객이 거래하고 있는 점포에 대해 안정적 지속적으로 계속 거래하고자 하는 행동의도, 거래점포에 대한 긍정적 구전, 구매 시 우선적 선택, 반복구매의 도라 하고 이를 중심으로 측정하였다(주성래, 2002, pp.1043-1054).

미국의 6개 백화점에 제품을 공급하는 공급업체와 소매업체 간의관계를 연구하였는데, 여기에서 신뢰와 의존이 장기관계지향성의 선행요인임을 주장하였다(Ganesan, 1994, pp.1-19). 이러한 연구에서 공급업체와 소매업체간의 쌍방향적 관점에서 환경의 다양성, 환경의 가변성, 공급업체의 거래특유자산, 구매자의 거래특유자산, 공급업체의 명성, 공급업체와 소매업체와의 과거경험, 이전 결과에 대한 만족을 신뢰와 의존의 선행요인임을 밝히고 있다(신건철, 2002, pp.1069-1088). 이렇듯 장기적관계지향성은 관계의 지속성과 상호의존성을 포함한 개념으로 관계결속보다 더 행동의도가 직접적으로 강하게 나타나는 단계(최원균, 2010, p.15-39)로 본다. 따라서 본 연구에서는 욕구 및 요구를 충족(Czepiel, 1976), 소비에 대한 충족상태(Oliver, 1997), 거래주체들의 공동의 성과가 상호의존적인 것(Kelly, 1978) 장기적이고 효율적인 관계를 구축(허진, 2012, p.44)하고 이러한 선행연구를 바탕으로 약선요리의 구매 후 만족도에 대한 측정항목과 장기적관계지향성을 긍정적 구전, 우선적 선택 재 구매 등으로 측정하고자 한다. <표 11>은 고객만족 및 장기관계지향성에 관한 선행연구이다.

〈표 11〉 고객만족 및 장기관계지향성에 관한 선행연구

연구자	논문명	내 용
Anderson (1973)	eterminants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads	기대와 지각된 제품 성과의 일치/불일 치의 과정.
Oliver (1981)	A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions	고객만족/불만족은 기대수준과 기대불 일치 수준의 총합.
Dwyer	Developing buyer-seller	교환구성원간의 관계의 지속에 대한

Schurr and Oh(1987)	relationships,	암시적이고 명시적인 서약
Tse & Wilton (1988)	Models of Consumer Satisfaction, p. An Extension	구매한 특정 제품이나 서빙, 소매상, 혹은 쇼핑이나 구매행동과 같은 행태와 관련된 또는 이들에 의해 야기되는 경험에 대한 감정적응
Noorde, Wier, John and Nevin (1990)	Performance Outcomes of Purchasing Arrangements in Industrial Buyer-Vendor Relationships	단순한 확률의 차원이 아니라 장기적 관계를 가지려는 부문들의 욕구
고은경(2005)	소비자의 관계효익과 공정성 지각이 패션점포와의 장기적 관계지향성에 미치는 영향	관계효익, 공정성, 만족, 신뢰 그리고 몰입은 장기지향성에 영향을 미친다.
서은경(2006)	중·노년층 여성패션매장의 체험마케팅이 장기적 관계지향성에 미치는 영향	장기간에 걸쳐서 상호 의존적인 공동활동의 결과가 고객에게 이득이 된다고 지각되는 것을 장기적관계 지향성이라고 하였다.
김동수, 손병모 (2011)	외식산업 품질관리 요인이 소비자 만족 및 추천의도에 미치는 영향	구매자와 판매자간의 장기관계지향성은 고객의 욕구를 보다 잘 충족시키고, 상호간의 이익을 증가시키며, 서비스제공 기업과 고객 사이에 반복적으로 발생하는 상호작용인 대인의 관계는 유대를 강화 시키며 장기적인 관계 지속을 유지한다.
허진, 최웅 (2012)	외식프랜차이즈시스템의 장기관계지향성에 관한연구	관계특성이 관계의 질과 만족, 장기지향성에 미치는 영향을 실증적 분석함으로 장기적이고 효율적인 관계를 구축하기 위한 전략제시

자료: 라재일, 2013, "관계혜택이 신뢰, 관계결속 및 장기적관계지향성에 미치는 영향", 호남대학교 대학원 박사학위논문, p.27를 참고로 논자 재구성

2.3.3 메뉴선택속성과 고객만족, 장기관계지향성과의 영향관계

공급자와 수요자들이 비즈니스의 실행과 이론에서 관계형성, 개발, 유지의 성공적인 관계로 발전되어 왔다(Morgan, 1993, pp.40-45). 이러한 관계를 개발하고 유지하는 것은 공급자와 구매자 간에 장기적인 관계를 보장할 수 있다는 것에서 매우 중요한 요인이라 하겠다. 특히 효과적인 공급사슬 관리는 파트너십에 의해 결정되는데, 장기적인 관계를 형성하고 유지해나가야 하는 파트너십이 중요하기 때문이다. 수송의 역할 차원들은 물류서비스 품질향상에 기여하고 유연성, 적시성, 상호작용성의 물류서비스 품질의 향상으로 파트너십을 장기적으로 유지하고자 하는 장기지향성이 높아지는 것으로 나타났다(신종국, 2007, pp.169-181). 따라서 장기적 관계지향성은 파트너십을 장기적으로 유지하고자 하는 의도으로써, 특정한 소매업체와 장기적관계지향성을 형성하고 있는 공급업체의 경우 단기적인 거래를 형성하고 있는 공급업체보다 장기간에 걸쳐 재고이용과 공급, 장기계획의 설계 등으로 인해 비용을 절감하고 인정된 고객서비스 수준을 관리할 수 있다. 장기지향성은 공급업체의 성과뿐만 아니라 거래주체 공동의 성과가 장기적으로 자사에 혜택을 줄 것으로 기대하여 성과가 상호의존적인 것으로 지각하는 것이라고 하였다(Kelly, 1978, pp.265-314). 또한 미래의 상호작용 가능성을 내포하는 관계의 지속에 대한 기대라고 정의하고 있다. 따라서 상호작용을 기대하기 힘든 이산적 거래와 미래 상호작용 가능성이 관계적 교환 특성을 반영하고 있으며, 구매업체의 장기지향성은 구매자의 미래행동의도와 유사하고 미래의 교환을 의미하기도 한다(Noordewier, 1990, pp.80-94).

이와 같은 맥락에서 약선요리전문점의 서비스품질에 대한 선택속성은 약선요리전문점을 이용하는 고객에게 장기적인 관점에서 메뉴에 대한 다양한 관점에서 파악하여 고객관리에 유용한 도구라 할 수 있다. 따라서 약선요리전문점의 선택속성에 대한 선행연구를 살펴보면, 선택하는 것은 자신의 일상 공간에서 경험할 수 없는 것을 다른 곳에서 경험할 수 있다는 욕구와 기대를 갖는 심리이며 이것 또한 약선 음식의 주요한 동기(Pearce, 1996, pp.7-17)로 보는 것이다.

선택속성에 대한 정의를 제품이나 상표 혹은 점포가 가지고 있는 여러 가지 속성들 중에서 소비자의 선호행위와 구매의사 결정내지 재방문과 밀접하게 관련을 맺고 있는 속성을 결정적 속성(determination attributes choice related) 또는 선

택속성이라고 정의하였고, 관련되어진 선택속성에 관한연구는 꾸준히 진행되고 있다(Lewis, 1981, pp.69-74).

패스트푸드 레스토랑을 연구의 대상으로 하여 음식의 맛, 최신 메뉴구비 정도, 신속한 서비스, 친절하고 매력적인 서비스, 아이들에게 어울릴 수 있는 분위기, 아이들을 위한 서비스의 제공정도, 적당한 가격을 레스토랑 선택속성으로 제시하였고(Romm, 1989, pp.26-34), 레스토랑의 선택속성에 대하여 음식의 유형 및 내용으로 단순성, 대중성, 고급성을 제시하였다(Jones, 1990, pp.37-43).

테마개념, 음식 및 서비스의 질, 메뉴속성, 분위기, 편리성, 가치, 가격 및 테마상품 등의 9가지 요인을 제시하기도 하였다(MacLaurin, 2000, pp.75-85).

일반적으로 고객만족은 고객에게 제공된 제품이나 서비스의 성과에 대한 전반적인 평가라고하며(Johnson, 1991, pp.267-286)고객이 지각하는 만족도에 따라서 고객충성도에 긍정의 영향을 미치고 있다(Fornell, 1992, pp.6-21) 이러한 만족과 충성도와와의 관계에 따라서 고객의 행동에 긍정의 영향을 미치며, 좋은 구전과 재구매의 빈도가 높아지고, 단골고객으로 발전하는 계기가 되는 것이다.

고객의 레스토랑 선택속성으로 음식의 질, 서비스의 질, 분위기, 가격, 메뉴의 다양성, 위생, 건물의 외양, 음식의 영양, 음식의 양 등의 9가지를 지적하였다(Schroeder, 1985, pp.57-63). 음식의 질, 맛, 냄새, 색상, 온도, 느낌, 부드러움, 영양, 품질, 깨끗함, 음식의 신선함, 서비스의 품질, 의사소통, 태도, 표현, 의향, 건물의 외양, 건물 내부인테리어, 온도, 및 습도, 음악 등의 속성을 사용하였고(Hart, 1985, pp.52-63), 일관성 있는 음식의 질, 친절한 서비스, 신속한 서비스, 메뉴의 다양성, 시설 및 분위기, 편리한 위치, 매력적인 종사원, 저렴한 가격 등의 속성을 사용하였다(Swinyard 1986, pp.89-96). 결과적으로 약선 음식의 선택속성은 약선 음식이 가진 유무형의 특징을 의미하며, 약선 음식의 선택속성은 고객 선호와 구매시 상품속성에 대한 태도가 어떻게 차별되게 형성되며, 다른 속성과 어떻게 구별될 수 있는가에 관한 것을 말한다(조민호, 1999, pp.122-137).

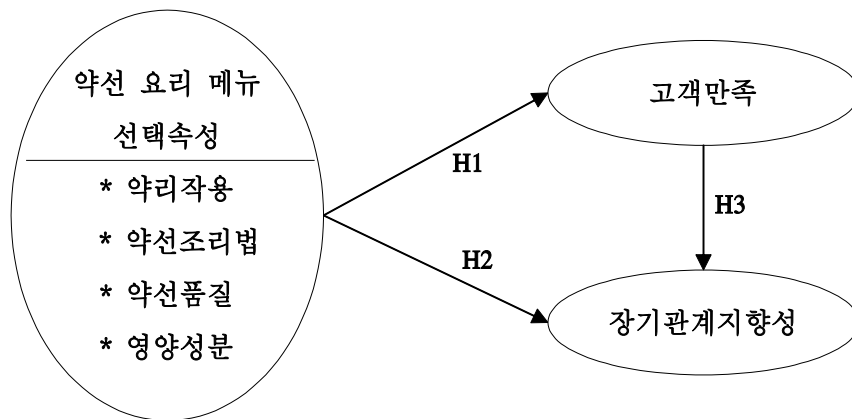
따라서 본 연구에서는 관계마케팅에서 강조하고 있는 새로운 고객유치 전략보다는 기존고객 유지전략의 관점에서 약선요리전문점은 고객과의 관계에서 장기관계지향성에 초점을 두고 전략대안을 제시하고자 한다.

Ⅲ. 연구의 설계

3.1 연구의 모형 및 가설의 설정

3.1.1 연구의 모형

본 연구에서는 이론적 배경과 선행연구를 바탕으로 약선요리전문점의 메뉴선택속성, 고객만족, 그리고 장기관계지향성에 어떻게 영향을 미치는가를 파악하여 약선요리전문점에 경쟁우위의 유용한 정보를 제시하는데 목적을 두고 있다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 연구모형을 <그림 6>과 같이 제시하였다.



<그림 6> 연구 모형

3.1.2 연구가설의 설정

이러한 근거를 바탕으로 본 연구에서는 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족에 미치는 영향력과 그리고 장기관계지향성의 인과관계 효과를 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

3.1.2.1 메뉴선택속성과 고객만족의 관계

Schroeder는 고객의 레스토랑 선택속성으로 음식의 질, 서비스의 질, 분위기, 가격, 메뉴의 다양성, 위생, 건물의 외양, 음식의 영양, 음식의 양 등의 9가지를 구성요소로 하였다(Schroeder, 1985, pp.57-63). Hart은 음식의 질, 맛, 냄새, 색상, 온도, 느낌, 부드러움, 영양, 품질, 깨끗함, 음식의 신선함, 서비스의 품질, 의사소통, 태도, 표현, 의향, 건물의 외양, 건물 내부인테리어, 온도, 및 습도, 음악 등의 속성을 사용하였고(Hart, 1985, pp.52-63), Swinyard은 일관성 있는 음식의 질, 친절한 서비스, 신속한 서비스, 메뉴의 다양성, 시설 및 분위기, 편리한 위치, 매력적인 종사원, 저렴한 가격 등의 속성을 사용하였다(Swinyard, 1986, pp.89-96). 최성웅은 약선요리의 구매동기, 선택속성 등에 대한 구조적관계에서 조리방법, 영양성분, 약선다양성, 약선품질 등의 요인을 사용하였다(최성웅, 2010, pp.6). 따라서 선행연구들을 토대로 하여 메뉴선택속성의 특성에 따른 고객만족에 미치는 영향관계를 파악하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 메뉴선택속성은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1-1 : 메뉴선택속성 중 약리작용은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1-2 : 메뉴선택속성 중 약선조리법은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1-3 : 메뉴선택속성 중 약선품질은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1-1-4 : 메뉴선택속성 중 영양성분은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.1.2.2 메뉴선택속성과 장기관계지향성의 관계

일관성 있는 음식의 질, 친절한 서비스, 신속한 서비스, 메뉴의 다양성, 시설 및 분위기, 편리한 위치, 매력적인 종사원, 저렴한 가격 등의 속성을 사용하였다(Swinyard, 1986, pp.89-96). 패스트푸드 레스토랑을 연구의 대상으로 하여 음식의 맛, 최신 메뉴구비 정도, 신속한 서비스, 친절하고 매력적인 서비스, 아이들에게 어울릴 수 있는 분위기, 아이들을 위한 서비스의 제공정도, 적당한 가격을

레스토랑 선택속성으로 제시하였고(Romm, 1989, pp.26-34), 레스토랑의 선택속성에 대하여 음식의 유형 및 내용으로 단순성, 대중성, 고급성을 제시하였다(Jones, 1990, pp.37-43). 레스토랑선택 시 고려되는 속성에 대하여 요리의 종류, 서비스의 질, 가격, 레스토랑의 분위기, 음식의 질로 구분하여 설명하였다(Fillitrait, 1988, pp.18-38). 테마개념, 음식 및 서비스의 질, 메뉴속성, 분위기, 편리성, 가치, 가격 및 테마상품 등의 9가지 요인을 제시하기도 하였다(MacLaurin, 2000, pp.75-85). 이와 같은 선행연구 결과를 토대로 본 연구에서는 약선요리전문점의 메뉴선택속성은 장기관계지향성에 유의적인 영향을 미칠 것으로 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 2] 메뉴선택속성은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-1-1 : 메뉴선택속성 중 약리작용은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-1-2 : 메뉴선택속성 중 약선조리법은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-1-3 : 메뉴선택속성 중 약선품질은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-1-4 : 메뉴선택속성 중 영양성분은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.1.2.3 고객만족과 장기관계지향성의 관계

장기관계를 맺고 있는 공급 업체는 안정된 고객에게 제품을 제공하기 때문에 단기거래 지향적인 공급체보다 판매비 및 일반관리비를 절감함으로써 높은 수익을 달성할 수 있다고 하였다(Kalwani, 1995, pp.1-16). 약선 음식의 가치지각이 전반적인 만족과 가격대비 만족, 재 구매의사와 구전의사에 영향을 주고 있는 것으로 조사되었다(최웅, 2009, pp.24). 외식소비자의 건강메뉴성향과 약선 음식에 대한 영향관계에 대한 선행연구에서 건강메뉴성향은 약선 음식에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(최성웅, 2010, pp.6). 재 구매의도는 제품이 복잡하

고 위험지각이 높은 제품일수록 구매자가 공급자와의 관계에서 친분이 높다고 재 구매를 하는 것이 아니라 재 구매는 과거 경제적 효율성에 대한 평가거래의 공정성과 제품만족에 의해 결정 된다고 보았다. 반복적 거래가 관계지향성의 기초를 제공하는 하나의 요소로 보았다. 교환 당사자들 간의 장기지향성의 중요성을 제기했다(Robicheaux, 1994, pp.38-51). 관계마케팅의 결과로써 긍정적 구전의 증가와 부정적 구전의 감소/방지 행동의도도 포함되어야 한다고 하였다(김지연, 2005). 이와 같은 선행연구 결과를 토대로 본 연구에서는 약선요리전문점의 고객만족은 장기지향성에 유의적인 영향을 미칠 것으로 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 3] 고객만족은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 표본설계

3.2.1 조사표본의 설계

본 연구는 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족과 장기관계지향성에 미치는 영향관계를 검증하고자 하는 것이다.

따라서 본연구의 실증분석을 위하여 적절히 모집단을 규정하고 모집단을 대표할 수 있는 표본을 선정하였다. 모집단이란 연구의 대상이 되는 집단으로서 연구자가 직접적인 방법이나 통계적 추정에 의하여 정보를 얻으려 하는 대상 집단을 의미한다. 모집단을 정확히 규정하기 위해서 연구의 대상, 범위, 시간과 같은 요소들을 명확히 확정하도록 하였다.

본 연구의 모집단은 약선요리전문점의 고객들로 한정하고 모집단을 추정하기 위한 표본은 2013년 10월 10일~10월 30일까지로 하였고, 표본추출 방법은 비확률 표본추출방법 중의 하나인 편의표본추출법으로 이루어졌다.

설문조사의 진행방법은 사전에 설문조사에 대하여 교육을 받은 조사원을 통하여 설문 응답자가 설문지에 직접 기입하는 방식을 채택하였다.

설문지는 약선요리전문점의 고객을 대상으로 총 550부의 설문지를 배포하여 529

부의 설문지가 회수되었으며 이중에서 불성실한 응답과 중심화 경향이 높은 설문지를 제외한 494부를 분석에 사용하였다. <표 12>은 모집단의 규정 및 표본에 대해 나타낸 것이다.

〈표 12〉 모집단의 규정 및 표본

모집단	약선요리전문점 이용고객
표본집단	서울, 수도권
조사 기간	2013년 10월 10일 ~ 10월 30일
설문지크기	총 배포 설문지 : 550부, 유효표본 : 494(89.8%)

3.3.2 분석 방법 및 절차

문제해결에 필요한 정보를 얻기 위하여 연구자가 선택할 수 있는 분석기법은 다양하다. 그러므로 연구자는 분석기법의 선택이 자료의 양과 질과 따라서 달라질 수 있다는 점을 고려하여야 한다. 본 연구에서 기대되는 바람직한 연구결과를 도출하기 위하여 변수의 수, 분석의 성격, 척도의 종류 등 표본의 전반적인 성격을 고려하여 이에 부합되는 방법을 적용하였다.

본 연구는 앞서 제시한 연구의 모형 및 그에 따라 설정된 가설의 검증을 위하여 설문조사를 통하여 수집된 설문지에 대해 응답이 완성된 자료를 회수한 후 유효 표본만을 코딩의 지침에 따라 부호화하여 부호화된 자료를 컴퓨터에 개별 입력시킨 후 통계 프로그램인 SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 이용하여 빈도 분석, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 신뢰도 분석을 실시하였다.

3.3.2.1 약선요리전문점의 메뉴선택속성

또한, 본 연구에서 설정한 연구가설을 검증하기 위하여 공분산구조분석을 실시한다. 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

첫째 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성, 고객만족, 장기지향성의 조사도구 타당도와 신뢰도를 알아보기 위하여 요인 분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

셋째, 탐색적 요인분석의 내용을 토대로 상관관계 분석과 이를 토대로 약선요리전문점의 메뉴선택속성, 고객만족, 장기지향성에 미치는 영향력을 알아보기 위하여 공분산구조분석을 실시하였다.

선택속성에 대하여 음식의 유형 및 내용으로 단순성, 대중성, 고급성을 제시하였다(Jones, 1990, pp.37-43.). 약선 음식의 가치지각이 전반적인 만족과 가격대비 만족, 재 구매의사와 구전의사에 영향을 미치고, 또한 외식소비자의 건강메뉴성향과 약선 음식에 대한 영향관계에 대한 선행연구(박희자 등, 2008; 최웅 등, 2009; 최성웅·진양호, 2010)에서 건강메뉴성향은 약선 음식에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 따라서 본 연구에서 약선 요리의 선택속성은 질병을 미연에 예방하여 육체적·정신적 건강의 조화를 통해 행복하고 아름다운 삶을 영위하기 위해 약선 요리를 선택하려고 하는 외식소비자의 심리적 속성으로 정의하고자 한다. 본 연구의 약선 메뉴선택속성을 위한 측정도구(Romm, 1989; Jones, 1990; 최웅 등, 2009; 최성웅, 2010) 등의 항목을 참조하여 총 19개의 문항으로 이루어진 설문지를 1점 ‘전혀 그렇지 않다’, 2점 ‘그렇지 않다’, 3점 ‘보통이다’, 4점 ‘그렇다’, 5점 ‘매우 그렇다’, 를 이용하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.3.2.2 고객만족

일반적으로 고객만족은 고객에게 제공된 제품이나 서비스의 성과에 대한 전반적인 평가라고하며(Johnson, 1991, pp.267-286) 고객이 지각하는 만족도에 따라서 고객충성도에 긍정의 영향을 미치고 있다(Fornell, 1992, pp.6-21).

이러한 만족과 충성도와의 관계에 따라서 고객의 행동에 긍정의 영향을 미치며, 좋은 구전과 재 구매의 빈도가 높아지고, 단골고객으로 발전하는 계기가 되는 것이다.

이와 같은 관점에서 본 연구의 고객만족은 약선 요리에 대한 소비자의 전반적인 평가의 정도로 정의 하고자 하며, 약선 요리에 대한 고객만족을 측정하기 위해 5

개 문항으로 구성하였으며 설문으로 1점 ‘전혀 그렇지 않다’ , 2점 ‘그렇지 않다’ , 3점 ‘그저 그렇다’ , 4점. ‘그렇다’ , 5점 ‘매우 그렇다’ 의 리커트 5점 척도로 고객만족의 정도를 측정하였다.

3.3.2.3 장기관계지향성

Ryuetal은 공급업자와 제조업자의 관계에서 제조업자의 장기지향성 형성에 있어서 신뢰가 장기지향성 형성에 있어서 제조업자의 힘은 부정적인 조절역할을 하는 것으로 밝히고 있다(Ryuetal, 2007) Anderson는 장기지향성은 보다 고객욕구의 효과적인 충족이 가능하게 되어 거래당사자 쌍방에게 이익을 제공한다는 결과를 제시하였고(Anderson, 1989, pp.310-323), Doney and Cannon은 장기지향성이 쌍방 모두에게 이익을 준다는 것을 입증하였다(Doney, 1997, pp.35-51).

주성래와 정명선은 장기적 관계지향성을 고객이 거래하고 있는 점포에 대해 안정적 지속적으로 계속 거래하고자하는 행동의도, 거래점포에 대한 긍정적 구전, 구매 시 우선적 선택, 반복구매의도라 하고 이를 중심으로 측정하였다. 따라서 본 연구의 장기지향성은 약선 요리의 메뉴선택속성에 대한 소비자의 전반적인 평가로서 약선음식전문점과 지속적 관계를 유지하고자 하는 정도로 정의 하고자 하며, 약선 요리에 대한 장기지향성을 측정하기 위해 5개 문항으로 구성하였으며 설문지를 1점 ‘전혀 그렇지 않다’ , 2점 ‘그렇지 않다’ , 3점 ‘보통이다’ , 4점 ‘그렇다’ , 5점 ‘매우 그렇다’ 를 이용하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.3.3 설문지의 구성

설문지의 구성은 변수의 조작적 정의를 기초로 선행연구 검토를 통해 선정된 측정항목을 본 연구에서 제시한 연구목적에 달성함과 동시에 가설 검증을 위한 실증분석을 실시하기 위하여 아래 <표 13>와 같이 측정항목을 정리하였다.

〈표 13〉 설문지의 구성

구성 개념	변 수		변 수	출 처	척 도
약선 요리 메뉴 선택 속성	약리 작용	1. 간의 주요 생리기능이 중요하다.	6	Schroeder(1985) Hart & Casserly (1985) Swinyard & Struman(1986) 최성웅(2010) 이덕자 외(2012) 최일숙 외(2012)	리 커 트 5 점 척 도
		2. 신장의 주요 생리기능이 중요하다.			
		3. 위의 주요 생리기능이 중요하다.			
		4. 폐의 주요 생리기능이 중요하다.			
		5. 심장의 주요 생리기능이 중요하다.			
		6. 주재료 영양적 가치가 중요하다.			
	약선 조리법	7. 약선 음식 기물의 청결함이 중요하다.	5	Schroeder(1985) Hart & Casserly (1985) Swinyard & Struman(1986) 최성웅(2010) 김정미(2006) 정미영(2011)	
		8. 약선 음식 재료의 신선도가 중요하다.			
		9. 약선 음식 재료의 식감을 살린 조리법이 중요하다.			
		10. 약선 음식의 부재료 영양적 가치가 중요하다.			
		11. 자극적인 양념사용을 줄인 자연적인 조리법이 중요하다.			
	약선 품질	12. 계절별 약선 음식 제공이 중요하다.	5	최성웅(2010) 최성웅, 안형기 (2012) 김경애(2008) 김정미(2006)	
		13. 약선 음식의 색과 향이 중요하다.			
		14. 약선 음식의 맛이 중요하다.			
		15. 약선 음식 선택의 다양성이 중요하다.			
		16. 약선 음식의 적절한 온도가 중요하다.			
	영양 성분	17. 저칼로리의 다이어트효과가 중요하다.	3	최성웅(2010) 박성혜외(2013)	
		18. 음식의 총 칼로리(열량)가 중요하다.			
		19. 유기농 재배에 의한 곡식 및 채소가 중요하다.			

구성 개념	변수	변 수	출처	척 도
고객 만족	1. 약선요리전문점의 음식에 대해 전반적으로 만족한다.	5	최성웅(2010) 신형호(2011) 김현철(2007) 김유희(2011)	리 커 트 5 점 척 도
	2. 약선요리전문점의 음식 이용 후 가격에 만족한다.			
	3. 약선요리전문점의 음식 이용 후 조리방법에 만족한다.			
	4. 약선요리전문점의 음식 이용 후 영양적 가치에 만족한다.			
	5. 약선요리전문점의 음식 이용 후 맛과 신선도에 만족한다.			
장기 관계 지향 성	1. 약선요리전문점의 음식을 섭취하는 것이 건강에 도움이 된다고 생각한다.	5	Kalwani and Narayandas (1995) Webster(1992) Robicheaux and Coleman (1994) Ganesan (1994) 노용숙(2011)	리 커 트 5 점 척 도
	2. 약선요리전문점과 지속적 관계를 유지하는 것은 건강유지를 위해 중요하다고 생각한다.			
	3. 약선요리전문점의 음식 가격적인 부담이 되더라도 지속적으로 이용할 것이다.			
	4. 약선요리전문점을 장기간 이용하고, 긍정적으로 구전 할 것이다.			
	5. 약선요리전문점을 타인에게 적극적으로 추천할 의향이 있다.			
인구통계적 특성		7		명 목 척 도

IV. 실증분석

4.1 표본의 인구통계학적 특성

본 연구를 위해 추출된 표본의 모집단인 약선요리전문점의 대표성을 추정할 수 있도록 인구통계학적 특성을 파악하는 빈도분석을 시행하였으며, 그 결과는 아래의 <표 14>과 같다.

먼저, 성별분포는 여자가 408명(82.6%), 남자가 88명(17.4%)으로 나타나 여자가 남자보다 매우 높은 비율을 보이고 있다.

결혼여부는 미혼이 240명(48.6%), 기혼이 254명(51.4%)으로 나타났다.

연령으로는 20-29세가 35명(7.1%), 30-39세가 289명(58.5%), 40-49세가 130명(26.3%), 50-59세가 40명(8.1%)으로 나타났다.

비만상태는 매우비만이 125명(25.3%), 비만한 편이 105명(21.3%), 정상이 245명(49.6%), 마른편이 18명(3.6%), 아주 마른편이 1명(0.2%)으로 나타났다.

직업은 전문직이 139명(28.1%), 사무직이 92명(18.6%), 기술생산직이 74명(15.0%), 서비스직이 73명(14.8%), 주부가 74명(15.0%), 학생이 9명(1.8%), 기타가 33명(6.7%)으로 나타났다.

학력은 고등학교가 38명(7.7%), 2-3년제가 286명(57.9%), 대학교가 131명(26.5%), 대학원이 39명(7.9%)으로 나타났다.

마지막으로 월 소득에서는 200만원 미만이 115명(23.3%), 200~400만원이 154명(31.2%), 400~600만원이 75명(15.2%), 600~800만원이 79명(16.0%), 800만원 이상이 71명(14.4%)으로 나타났다.

〈표 14〉 표본의 인구통계학적 특성

구 분		빈도(n=494)	비율(%=100)
성별	여자	408	82.6
	남자	86	17.4
결혼	미혼	240	48.6
	기혼	254	51.4
연령	20-29세	35	7.1
	30-39	289	58.5
	40-40	130	26.3
	50-59	40	8.1
비만상태	매우비만	125	25.3
	비만한 편	105	21.3
	정상	245	49.6
	마른편	18	3.6
	아주 마른편	1	0.2
직업	전문직	139	28.1
	사무직	92	18.6
	기술생산직	74	15.0
	서비스직	73	14.8
	주부	74	15.0
	학생	9	1.8
	기타	33	6.7
학력	고등학교	28	7.7
	2~3년제	286	57.9
	대학교	131	26.5
	대학원	39	7.9
월 소득	200만원 미만	115	23.3
	200 - 400만원	154	31.2
	400 - 600만원	75	15.2
	600 - 800만원	79	16.0
	800만원 이상	71	14.4

4.2 타당성과 신뢰도 검증

본 연구모형에 포함된 변수들의 단일차원성과 내적일관성을 검증하기 위하여, 그리고 구체적으로 연구목적에 달성하고 주관적 인지척도로 측정된 각 변수에 대하여 타당성과 신뢰도를 높이기 위하여 타당성검증과 신뢰도검증을 실시한다.

본 연구에서 수집된 자료는 측정타당화(measure validation)과정을 바탕으로 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증한다. 측정도구의 신뢰성과 타당성을 확보하기 위해서 우선 정확절차를 거치며 이로부터 타당성 검증 및 신뢰도 검증을 실시한다.

본 분석에서 신뢰도 검증이란 측정문항에서 어느 정도 일관성 있게 동일한 결과를 가져올 것인가를 가리킨다. 즉, 어떤 평가요인을 동일한 현상에 반복 적용하여 동일한 결과를 얻게 되는 정도를 그 평가요인의 신뢰성이라 하는데, 본 논문에서는 측정한 변수들의 신뢰성 검증을 위해 내적 일관성(internal consistency)을 측정하는 방법인 크론바하의 알파검정(Cronbach's α test)을 실시한다.

크론바하의 알파계수(Cronbach's α coefficient)는 신뢰성 분석의 개념인 내적 일치도에 관한 것으로 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목으로 구성된 척도를 이용한 경우에 해당 문항을 가지고 할 수 있는 가능한 모든 반분신뢰성(split-half reliability)을 구하고 이의 평균치를 산출 한 것이다. 크론바하의 알파계수는 0과 1사이의 값을 가지며 탐색적 분석인 경우 0.6이상이면 신뢰도가 양호하다고 평가하며 0.8~0.9 이상이면 우수하다고 평가한다.

본 조사도구에서 사용한 약선음식의 메뉴선택속성, 고객만족 및 장기관계지향성에 대한 크론바하의 알파계수값은 <표 15>과 같다. 본 분석에서 각 요인에 대한 크론바하의 알파계수는 요인분석을 통하여 타당성이 입증된 문항만을 이용하였다. <표 15>에서 나타난 바와 같이 약선요리 메뉴선택속성에 대한 공통요인들의 크론바하의 알파값은 0.813~0.878로 양호한 결과를 얻었다.

또한 <표 16> 고객만족 및 장기관계지향성요인에 대한 크론바하의 알파값도 0.861~0.877로 양호한 신뢰도를 나타내었다

타당도란 하나의 척도나 일련의 측정치들이 문제의 개념을 정확하게 나타내고 있는 정도를 말하며, 최대한 상이한 방법을 이용하여 동일한 속성을 결과의 일치 정도로 조사자가 측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확하게 측정하였나 하는 문제

이다. 가장 일반적인 타당성에 관한 정의는 측정하고자 하는 것을 실제로 측정하고 있는가를 나타내는 개념으로 내용타당성, 개념타당성, 구성타당성 등이 있다.

본 항에서는 구성타당성(construct validity)을 검증하고자 하며, 구성타당성을 확보하기 위해 통계적 절차 중에 하나인 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시한다. 요인분석에서 공통요인의 수의 결정은 정보의 손실을 최대한 줄이면서 많은 수의 변수들을 가능한 한 적은 수의 공통요인으로 줄이는데 목적이 있는 주성분방법(principal component method)을 이용한다. 또한 요인들의 상호독립성을 유지하면서 요인들의 의미 있는 해석을 쉽게 할 수 있도록 직교회전(orthogonal rotation)을 실시하며, 요인 간 서로 직각이 되도록 회전시키는 varimax 방법을 이용하여 분석한다. 요인분석을 통하여 고유값(eigen value)이 1.0 이상인 공통요인(common factor)을 추출하며, 최종적인 문항의 선택은 요인 적재량(factor loading matrix)이 0.5 이상인 경우를 기준으로 한다.

요인분석을 위한 기초적인 사전검정으로 상관행렬의 적합성을 검정하는 반영상관행렬(anti-image correlation matrix)을 살펴보면, 반영상관행렬의 대각행렬인 MSA값들이 1.0에 근접하는가를 파악함으로써 개별 표본수의 적합성을 판단한다. Bartlett의 구형성 검정(Bartlett's sphericity test)을 통하여 표본변수간의 상관성이 요인분석을 할 만큼 적절한 수준에 있는가를 판단하고 살펴본 결과 양호한 결과를 도출하였으며, 반영상관행렬의 대각행렬인 MSA값들도 0.8~0.9 사이에 위치함으로서 1에 근접한 값을 보이는 것으로 보아 개별 표본수의 적합성 결과 타당한 결과가 도출되었다. Bartlett의 구형성 검정(Bartlett's sphericity test)결과 표본변수간의 상관이 요인분석을 할 만큼 적절한 수준에 있다고 할 수 있다.

직교회전을 통하여 약선음식 선택속성에 대한 탐색적 요인분석 결과는 <표 15>과 같다. 요인분석 결과 고유값(eigen value)이 1 이상인 총 4개의 공통요인(common factor)이 추출되었다.

첫 번째 요인의 고유값은 4.435로 전체의 23.342%를 설명하고, 두 번째 요인의 고유값은 2.661로서 전체의 14.008%, 세 번째 요인의 고유값은 2.640로서 전체의 13.893%, 네 번째 고유값은 2.284로서 전체의 12.022%를 설명하고 있다. 이로서 4개의 공통요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 63.265%를 설명하고 있었다. 요인분석 결과 추출된 조사도구에 대한 공통요인의 조작적 정의는 '약리

작용’, ‘약선조리법’, ‘약선품질’, ‘영양성분’ 으로 명명하였다. 또한 탐색적 요인분석 결과 약선 요리 선택속성과 관련된 총 19개의 문항 중 요인적재량이 0.4이하이며, 공통성이 0.4이하로서 어느 요인에도 적재되지 않은 문항은 없었다.

〈표 15〉 약선요리 메뉴선택속성에 대한 탐색적 요인분석결과

구성개념		요인 적재 량	고유 값	분산%	누적 분산
약리작용 $\alpha=0.813$	간의 주요 생리기능	.910	4.435	23.342	23.342
	신장의 주요 생리기능	.904			
	위의 주요 생리기능	.883			
	폐의 주요 생리기능	.883			
	심장의 주요 생리기능	.853			
	주재료 영양적 가치	.480			
약선 조리법 $\alpha=0.817$	약선 음식 기물의 청결함	.737	2.661	14.008	37.349
	약선 음식 재료의 신선도	.709			
	약선 음식 재료의 식감을 살린 조리법이 중요하다.	.676			
	약선 음식의 부재료 영양적 가치	.669			
	자극적인 양념사용을 줄인 자연적인 조리법	.490			
약선품질 $\alpha=0.878$	계절별 약선 음식 제공	.731	2.640	13.893	51.243
	약선 음식의 색과 향이 중요하다.	.708			
	약선 음식의 맛이 중요하다.	.669			
	약선 음식 선택의 다양성	.663			
	약선 음식의 적절한 온도	.599			
영양성분 $\alpha=0.844$	저칼로리의 다이어트식	.805	2.284	12.022	63.265
	음식의 총 칼로리(열량)	.782			
	유기농 재배에 의한 곡식 및 채소	.686			
KMO=0.889, $\chi^2=5020.494$, DF=171, p=0.000					

〈표 16〉은 고객만족 및 장기관계지향성에 대한 탐색적 요인분석 결과이다. 요인분석 결과 고유값(eigen value)이 1 이상인 총 2개의 공통요인(common factor)이 추출되었다. 첫 번째 요인의 고유값은 3.066으로 전체의 30.655%를 설명하고,

두 번째 요인의 고유값은 2.574로서 전체의 25.745%를 설명하고 있다. 이로서 2개의 공통요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 56.397%를 설명하고 있었다. 요인분석 결과 추출된 조사도구에 대한 공통요인의 조작적 정의는 ‘장기관계지향성’, ‘고객만족’,으로 명명하였다. 또한 탐색적 요인분석 결과 관리요인과 관련된 총 10개의 문항 중 요인적재량이 0.5이하이며, 공통성이 0.4이하로서 어느 요인에도 적재되지 않은 문항은 없었다.

〈표 16〉 고객만족 및 장기관계지향성에 대한 탐색적 요인분석 결과

구성개념		요인 적재 량	고유 값	분산 %	누적 분산 %
장기관계 지향성 $\alpha=0.861$	약선요리전문점과 지속적 관계를 유지하는 것은 건강유지를 위해 중요하다고 생각한다.	.823	3.066	30.655	30.655
	약선요리전문점의 음식 가격적인 부담이 되더라도 지속적으로 이용할 것이다.	.815			
	약선요리전문점을 타인에게 적극적으로 추천할 의향이 있다.	.761			
	약선요리전문점을 장기간 이용하고, 긍정적으로 구전 할 것이다.	.745			
	약선요리전문점의 음식을 섭취하는 것이 건강에 도움이 된다고 생각한다.	.699			
고객만족 $\alpha=0.877$	약선요리전문점의 음식 이용 후 조리방법에 만족한다.	.784	2.574	25.742	56.397
	약선요리전문점의 음식 이용 후 영양적 가치에 만족한다.	.716			
	약선요리전문점의 음식 이용 후 가격에 만족한다.	.709			
	약선요리전문점의 음식 이용 후 맛과 신선도에 만족한다.	.707			
	약선요리전문점의 음식에 대해 전반적으로 만족한다.	.579			
KMO=0.799, $\chi^2=1734.957$, DF=45, p=0.000					

4.3 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis ; CFA)

탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis ; EFA)을 통하여 측정항목들의 구성타당성을 검정하였고 설문문항의 내적 일관성을 나타내는 Cronbach` α 값을 통하여 신뢰도를 검정하였다. 본 절에서는 개념타당성을 측정하기 위하여 2단계 구조방정식 모형(Two-Stage Structural Equation Model)을 사용하였다. 확인적 요인분석은 관측변수들과 내재된 요인들 간의 관계에 초점을 맞추고 있으며 이러한 확인적 요인분석은 일반적인 구조방정식 모형의 한 부분인 측정모형으로 설명된다. 측정모형에서는 연구모형을 구성하는 모든 구성개념과 그 관측변수들이 포함된다. 따라서 측정모형은 구성개념 타당성에 대하여 전반적인 확증적인 평가를 가능하게 해주며, 수렴타당성과 판별타당성에 대한 개념타당성을 가능하게 해 준다(Campbell and Fiske, 1959).

본 연구에서는 약선 요리 선택속성에 대한 구성개념으로서 ‘약리작용’, ‘약선조리법’, ‘약선품질’, ‘영양성분’, 종속요인에 대한 구성개념으로서 ‘장기관계지향성’, ‘고객만족’에 대해 확인적 요인분석을 실시하였다. 이것을 표로 나타내면 다음 <표 17>과 같다.

확인적 요인분석 시 모수추정방법은 다변량 정규성을 가정하는 최대우도법(Maximum Likelihood Method)을 사용하였다. 구성개념과 변수구성의 최적상태 여부를 확인하기 위해서 적합도를 평가하였다. 다소 원시적인 방법인 χ^2 값은 자료가 다변량 정규분포를 따르지 않으며 표본크기에 영향을 받기 때문에 모형을 과대평가하는 경향이 있어 적합도지수로서 부적절하기에 본 표에서는 제외되었다(Bentler & Bonett, 1980). 따라서 가장 널리 사용되고 다변량 정규성에 덜 영향을 받는 일반적합도 지수(GFI ; Goodness-of-Fit Index)와 조정 적합도 지수(AGFI ; Adjusted Goodness-of-Fit Index) 및 원소 간 평균차이(RMR ; Root Mean square Residual)와 모델의 간명성을 평가하는 지수인 간명성 적합도 지수(PFI ; Parsimony goodness-of-Fit Index)를 나타내었다.

적합도 평가를 위한 기준으로 GFI와 AGFI는 일반적으로 0.90이상이 되면 양호한 모형으로 평가하며, 0.95이상이 되어야 최적의 모형으로 평가한다. RMR의 경우 0.05이하이면 모형의 간명성이 있다고 평가한다.

본 분석에서는 AGFI값이 0.90에 미치지 못하는 것으로 나타났으나 GFI, IFI, TLI, CGI값이 0.90을 상회하고 있고, RMR과 RMSEA값이 0.05이하로 설정되어 본 연구모형은 적절한 모형으로 판단된다.

〈표 17〉 전체연구모형에 대한 확인적 요인분석결과

구성개념	ST Estimate	Estimate	S.E.	C.R.	P
약선조리법1	0.695	1			
약선조리법2	0.643	0.848	0.069	12.289	***
약선조리법3	0.657	0.853	0.068	12.599	***
약선조리법4	0.621	0.885	0.074	11.986	***
약선조리법5	0.597	0.853	0.075	11.362	***
약리작용1	0.925	1			
약리작용2	0.911	0.997	0.028	35.024	***
약리작용3	0.908	0.993	0.029	34.783	***
약리작용4	0.895	1.03	0.031	33.067	***
약리작용5	0.867	0.973	0.032	30.28	***
약리작용6	0.496	0.497	0.041	12.117	***
약선품질1	0.662	1			
약선품질2	0.638	0.97	0.086	11.316	***
약선품질3	0.82	1.261	0.103	12.185	***
약선품질4	0.716	1.108	0.09	12.271	***
약선품질5	0.407	0.642	0.076	8.405	***
영양성분1	0.796	1			
영양성분2	0.71	0.831	0.056	14.845	***
영양성분3	0.59	0.628	0.05	12.646	***
고객만족1	0.831	1			
고객만족2	0.737	0.852	0.052	16.274	***
고객만족3	0.69	0.797	0.054	14.816	***
고객만족4	0.805	0.987	0.064	15.322	***
고객만족5	0.584	0.734	0.058	12.752	***
장기관계지향성1	0.824	1			
장기관계지향성2	0.749	0.952	0.077	12.31	***
장기관계지향성3	0.739	0.849	0.082	10.405	***
장기관계지향성4	0.84	1.129	0.089	12.647	***
장기관계지향성5	0.718	0.885	0.109	8.157	***
모형의 적합도	$\chi^2=651.076$, $df=329$, $p=0.000$, $RMR=0.022$, $IFI=954$ $GFI=0.917$, $AGFI=891$, $NFI=911$, $CFI=0.954$, $RMSEA=0.045$				

4.4 잠재변수간의 상관관계

탐색적 요인분석을 한 다음 확인적 요인분석을 실시하는 것이 일반적인 절차이다. 탐색적 요인분석결과, 요인별 단일차원을 확인하고 각 요인 사이의 관련성 정도 및 방향성을 파악하기 위해서 상관관계분석을 실시하기로 한다. 이것을 표로 나타내면 다음 <표 18>와 같다.

위의 표에서 보면, 상관계수들의 값이 모두 양의 상관계수 값을 보이고 있어 본 연구의 연구가설과 어느 정도 방향성이 일치함을 알 수 있다.

또한 변수들 간의 매우 높은 상관관계(0.80이상)를 보이는 변수는 없는 것으로 나타나, 인과관계 분석에서 일어날 수 있는 다중공선성 문제가 제기되지 않는다고 판단할 수 있다. 또한 예측 타당성과 판별타당성을 확인하기 위하여 요인별 상관분석을 실시하였으며, <표 18>에 나타내었다. 각 요인에 대한 검정결과 유의 수준 1%하에서 모두 유의하므로 각 요인을 통해 관련 모형의 방향성과 상대적인 영향력의 크기를 알 수 있어 예측 타당성이 있다고 할 수 있다.

<표 18> 약선 요리 선택속성, 장기지향성, 고객만족에 대한 상관관계 행렬 분석결과

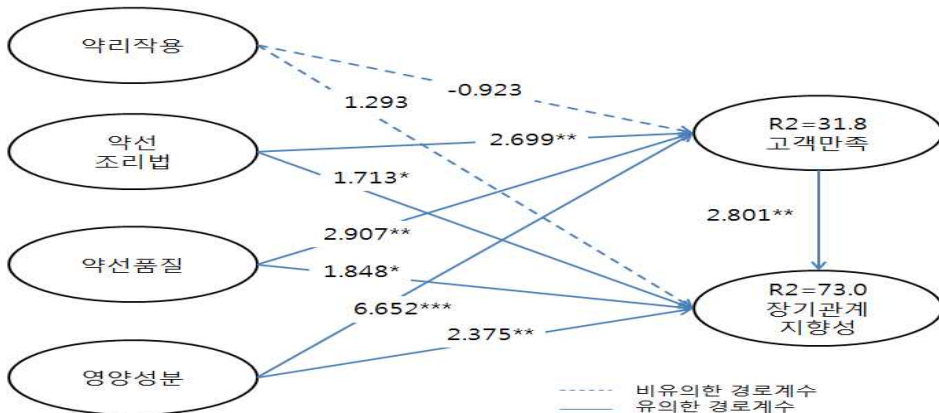
구성개념	약리 작용	약선 조리법	약선품질	영양성분	장기관계 지향성	고객만족
약리작용	1.000					
약선조리법	0.323	1.000				
약선품질	0.615	0.247	1.000			
영양성분	0.327	0.201	0.449	1.000		
장기관계지향성	0.239	0.223	0.475	0.402	1.000	
고객만족	0.289	0.158	0.85	0.637	0.437	1.000

*p<.05, **p<.01

4.5 가설의 검증

4.5.1 전체 연구모형의 적합도 검증

본 연구에서는 공분산 구조분석을 통해 연구모형의 적합도와 모수들을 추정하였으며 모수 추정법은 추정 변수들의 정규분포를 가정하는 최우추정법(maximum likelihood method)을 이용하였다. 구조방정식 모델은 연구자가 설정한 인과관계에 대한 모델을 검증하기에 가장 적합한 분석기법으로 기존의 회귀분석, 분산분석, 경로분석과는 달리 모델 내에 내재되어 있는 측정 오차를 알 수 있으며 이론 변수와 측정변수 사이의 관계를 검증 할 수 있는 것이 가장 큰 장점이라고 할 수 있다. 다음 <그림 7>에서 보는 바와 같이 연구모형에 대한 AMOS 분석결과 χ^2 값은 573.309(df = 293, p=0.000)으로 나타난 가운데 AGFI(0.891)가 권고지수(0.90)를 만족시키지는 못하는 것으로 나타났으나 GFI(0.927), NFI(0.922), IFI=0.960, CFI=0.959, TLI=0.944, RMR=0.028, RMSEA=0.044 등의 적합도지수가 권고지수를 상회하고 있는 것으로 나타나 본 연구의 탐색적인면을 고려할 때 인과관계를 증명하는데 무리가 없을 것으로 판단된다(배병렬, 2006). 또한 공변량 구조분석을 위한 유효한 표본의 크기와 관련하여 Marsh, Balla and McDonald(1988)는 200개 이상을 적정한 규모의 표본크기라고 제시하였는데 본 연구의 표본은 494개 이므로 신뢰성이 확보된 표본크기라고 볼 수 있다.



$\chi^2=573.309$, $DF=293$, $p=0.000$, $RMR=0.028$, $RMSEA=0.044$, $GFI=0.927$, $AGFI=0.891$,
 $NFI=0.922$, $IFI=0.960$, $TLI=0.944$, $CFI=0.960$

<그림 7> 연구모형의 AMOS 분석결과

4.5.2 연구가설의 검증결과

약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 구조방정식 모형을 이용하여 분석한 결과는 <표 19>와 같다.

가설 1 : 메뉴선택속성은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1을 검증한 결과, 첫째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 대한 약리작용($t=-0.923$, $p=0.356$)이 높을수록 고객만족은 낮은 것으로 나타나 H1-1-1은 기각되었다.

둘째, 약선요리전문점의 약선조리법($t=2.699$, $p=0.007$)이 좋을수록 고객만족은 높은 것으로 나타나 H1-1-2는 채택되었다.

셋째, 약선요리전문점의 약선품질($t=2.9207$, $p=0.004$)이 좋을수록 고객만족은 높은 것으로 나타나 H1-1-3은 채택되었다.

넷째, 약선요리전문점의 영양성분($t=6.652$, $p=0.001$)이 높을수록 고객만족은 높은 것으로 나타나 H1-1-4는 채택되었다.

가설 2 : 메뉴선택속성은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2를 검증한 결과, 첫째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 장기관계지향성에 대한 약리작용($t=1.293$, $p=0.196$)이 높을수록 장기관계지향성은 높아지는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의미한 영향관계는 없는 것으로 나타나 가설 H2-1-1은 기각 되었다.

둘째, 약선조리법($t=1.713$, $p=0.087$)이 좋을수록 장기관계지향성은 높아지는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의미한 영향관계는 없는 것으로 나타나 가설 H2-1-2는 기각되었다.

셋째, 약선품질($t=1.848$, $p=0.065$)이 좋을수록 장기지향성은 높아지는 것으로 나

타났으나, 통계적으로 유의미한 영향관계는 없는 것으로 나타나 가설 H2-1-3은 기각되었다.

넷째, 영양성분($t=2.375$, $p=0.018$)이 높을수록 장기지향성은 높은 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의미한 영향관계가 있는 것으로 나타나 H2-1-4는 채택되었다.

가설 3 : 고객만족은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3을 약선요리전문점에 대한 고객만족($t=2.801$, $p=0.05$)은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다.

〈표 19〉 전체연구모형에 대한 모수추정결과

가설	경로			S. Estimate	Estimate	S.E.	C.R.	P	결과
1-1	고객만족	<-	약리작용	-.085	-.083	.090	-.923	.356	기각
1-2	고객만족	<-	약선조리법	.212	.189	.070	2.699	.007*	채택
1-3	고객만족	<-	약선품질	.322	.306	.105	2.907	.004**	채택
1-4	고객만족	<-	영양성분	.684	.593	.089	6.652	.001***	채택
2-1	장기지향성	<-	약리작용	.070	.056	.043	1.293	.196	기각
2-2	장기지향성	<-	약선조리법	.126	.136	.079	1.713	.087*	기각
2-3	장기지향성	<-	약선품질	.093	.072	.039	1.848	.065*	기각
2-4	장기지향성	<-	영양성분	.177	.186	.078	2.375	.018**	채택
3	장기지향성	<-	고객만족	.112	.109	.039	2.801	.005**	채택
모형의 예측력				고객만족 $R^2=0.318$, 장기지향성 $R^2=0.730$					

V. 결론

5.1 연구 결과의 요약

약선요리는 저칼로리, 저지방, 저콜레스테롤, 저염분, 식이섬유소와 같은 웰빙식이 건강식으로 방병치병(防病治病), 자보강신(滋補强身), 항로연년(抗老延年)을 목적으로 한 보양기능성 음식이다. 따라서 이러한 약선 요리는 현대인들에게 질병치료의 차원, 또는 성인병을 미연에 예방하고자 하는 측면에서 외식소비자들은 약선요리를 선택하는 동기가 되고 있다.

본 연구에서는 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족에 미치는 영향관계를 파악하고 약선요리전문점의 메뉴선택속성과 장기관계지향성의 영향관계를 파악하고자 하였으며, 메뉴선택속성이 장기관계지향성에 미치는 영향관계를 규명하는 것을 연구의 목적으로 설정하였다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 기존의 문헌 연구를 토대로 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 부합되는 측정지표를 추출하였으며, 연구개발을 위한 연구 모형과 가설을 설정하고 조사 범위와 표본을 선정하였다.

실증조사는 연구의 모집단위를 약선요리전문점의 고객들로 한정하고 모집단을 추정하기 위한 표본은 2013년 10월 10일~10월 30일까지로 하였고, 표본추출 방법은 비확률 표본추출방법 중의 하나인 편의표본추출법으로 이루어졌으며, 설문지는 약선요리전문점의 고객을 대상으로 총 550부의 설문지를 배포하여 529부의 설문지가 회수되었으며 이 중에서 불성실한 응답과 중심화 경향이 높은 설문지를 제외한 494부를 분석에 사용하였다.

연구모형에 포함된 변수들의 단일차원성과 내적일관성을 검증하기 위하여, 타당성검증과 신뢰도검증을 실시한 결과 고유값(eigen value)이 1 이상인 총 4개의 공통요인(common factor)이 추출되었다. 4개의 공통요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 63.265%를 설명력을 나타냈으며, 공통요인의 조작적 정의는 ‘약리작용’, ‘약선조리법’, ‘약선품질’, ‘영양성분’ 으로 명명하였다. 고객만족과 장기관계지향성에 대한 탐색적 요인분석 결과 2개의 공통요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 56.397%의 설명력으로 나타났으며, 공통요인의 조작적 정의는 ‘장기

관계지향성', '고객만족'으로 명명하였다.

약선요리전문점의 메뉴선택속성과 고객만족간의 관계에서 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보기 위하여 구조방정식 모형을 이용하여 분석한 결과 첫째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 대한 약리작용은 고객만족에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 둘째, 영양성분은 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과를 약선요리의 약리작용 즉, 간의 주요 생리기능, 신장의 주요 생리기능, 위의 주요 생리기능, 폐의 주요 생리기능, 심장의 주요 생리기능 등이 미약하다고 볼 수 있다. 또한 주재료가 영양적 가치에 미흡하다는 측면이 있으며, 특수한 영양목적 약선요리의 소비자들에게 만족할 만한 가치를 제공하지 못하고 있는 것으로 이해할 수 있다. 그리고 약선요리에 대한 가격, 신선도, 청결성, 기물의 품질 등 약선요리에 대한 다양성이 아직도 고객의 욕구를 충족시키지 못하고 있음을 반증하는 것이다. 따라서 이러한 약선요리의 소비자들에게 만족할 만한 영양성분이 함유된 약선요리의 식재료에 대한 확보가 선행되어야 하며 이러한 약식재료를 바탕으로 한 다양한 약선요리를 개발하여 약선요리의 품질을 향상시켜야할 것으로 판단된다. 셋째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성과 장기관계지향성에 대한 약리작용, 약선조리법, 약선품질은 장기지향성에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 넷째, 영양성분은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 다섯째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성에 대한 고객만족이 장기관계지향성에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴본 결과 약선요리전문점의 고객만족은 장기관계지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 약선 음식을 섭취하는 것이 건강에 도움이 되고, 약선요리전문점과 지속적인 관계를 유지하며, 가격적인 부담이 되더라도 지속적으로 장기간 이용하겠다는 것으로 이해할 수 있다.

5.2 연구결과에 대한 시사점

본 연구는 100세 건강시대에 새로운 트렌드로 부상하고 있는 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향에 대한 연구로서, 최근 외식소비자의 약선 요리에 대한 기대는 높은 반면, 약선 전문식당의 약선요리는 이러한 외식소비자

의 욕구에 부응하지 못하고 있는 것이 현실이다. 따라서 이와 같은 연구결과를 토대로 시사점을 제시하면 다음과 같다.

약선요리전문점의 선택속성요인인 약리작용, 약선조리법, 약선품질, 영양성분은 무공해식품으로서 성인병을 예방하고, 균형 있는 식품으로 건강관리에 적합한 것으로 인식된다. 또한 지방함유량이 적기 때문에 혈중 콜레스테롤 수치를 낮출 수 있는 요리이다. 따라서 건강에 유익한 약선요리를 위해서는 약선요리의 모든 메뉴에서 이러한 성인병을 예방할 수 있는 식재료의 선택이 매우 중요하다고 할 수 있다. 약선요리의 기본적인 조리표준량 목표에 의해 조리가 이루어지기 때문에 영양성분이 적을 수 있다. 따라서 약선요리의 조리표준량 목표를 좀 더 다양한 약식재를 첨가하여 체질에 맞는 영양성분을 높여줄 필요성이 대두된다고 하겠다.

그리고 현재의 약선요리의 메뉴를 좀 더 폭넓게 다양한 약선 음식의 메뉴를 개발하여야하며, 기본 소양을 갖춘 약선사 및 약선 조리사등 전문인 양성이 무엇보다 필요한 시점이라 하겠다.

또한 현대화된 주방기기와 장비 등을 다양하게 활용 할 수 있는 조리방법을 체계적으로 연구하고 보완해야 할 필요가 있다. 여권대 서양요리에서 많이 사용하고 있는 컨벡션 오븐은 로스팅, 찜, 스모킹 등 다양한 용도로 사용하고 있다. 따라서 약선 음식에서도 이러한 조리 장비를 이용한 조리방법을 연구하고 개발해야 한다. 차별화되고 다양한 고객의 욕구를 충족하기 위해서는 경쟁우위의 약선요리 조리법의 개발이 무엇보다도 필요한 사안이라 하겠다.

5.3 연구의 한계점과 향후 연구방향

본 연구는 다음과 같은 점에서 한계점을 가지고 있으며, 이에 따라 미래의 연구 방향을 제시하고자 한다. 첫째, 본 연구는 서울과 수도권지역의 약선요리전문점을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문대상은 약선요리전문점을 이용하는 약선요리 소비자집단을 대상으로 실증분석을 실시하였다. 그러나 실증분석을 위한 분석의 단위를 전국적 단위로 설정해야 하나 서울과 수도권으로 한정하여 분석하였다.

둘째, 약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향 관계를 검증함에 있어 약선요리에 대한 전문가집단이나 경영자가 배제된 고객만을 대상으로 이루어져 약선 음식에 대한 전반적인 인과관계를 정의하는데 무리가 있다.

향후 연구에서는 위와 같은 한계점을 보완하여 보다 깊이 있는 연구방법 측면을 고려하여 그 결과의 적정성과 심도를 더욱 강화하여야 할 것이고 범위를 확대하여 일반적인 결과를 도출해야 할 것이며 다양한 주체를 대상으로 성과에 미치는 영향관계의 검증이 바람직 할 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 강명숙. (2002). 노인건강을 위한 약선요리의 메뉴개발방안에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문
- 강연숙. (2009). 한식레스토랑의 메뉴선택속성이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향-부산지역 관광 한식당을 중심으로, 영산대학교 관광대학원 석사학위논문
- 고영옥. (2010). 외식이용동기 및 메뉴선택속성이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향-서울지역 일반상설 뷔페레스토랑을 중심으로
- 구성자. (2006). 「약선 음식의 중요성」. 경희대학교 임상영양연구소
- 권준희. (1999). 고객만족과 거래성향이 관계지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문
- 권향숙. (2010). 웰빙생활태도에 따른 백화점식당 메뉴의 선택속성에 관한연구, 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 김경애. (2008). 약선요리의 메뉴선택속성이 고객만족 및 재 구매의도에 미치는 영향, 동의대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김미리, 송효남. (2010). 『현대인의 음식보감』, 경기도: (주)교문사
- 김민서, 전양덕. (2007). 「웰빙 트렌드 로하스(LOHAS)에 나타난 소비자 의식 변화에 따른 웹 디자인」. 디자인학연구. 20(3)
- 김성훈, (2006), 서비스품질이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향, 연세대학교 대학원 석사학위논문
- 김정미. (2007). 약선요리 메뉴선택속성과 고객 인지도에 관한 연구: 부산지역 약선요리 식당이용객을 대상으로. 동의대학교 석사학위논문
- 김지연. (2005). 패션상품 소비자의 관계해택지각이 장기적관계지향성에 미치는 영향. 서울대학교대학원 박사학위논문
- 김태희. (2002). 「패밀리 레스토랑 고객 특성에 따른 영양과 건강메뉴에 대한 태

- 도 연구」. 한국식생활문화학회지. 17(5), 2002
- 김호철. (2006). 「약선의 소재」. 경희대학교 임상영양연구소
- 김희기. (2000). 호텔중식당의 메뉴개발에 관한연구-서울지역 특급호텔 중식당을 중심으로, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 나정기. (2004). 「메뉴개발의 새로운 접근방법에 관한 연구」 외식경영연구 제7권 (1)
- 도기백. (2003). 한방메뉴의 고객인지도에 관한연구. 세종대학교 석사학위논문
- 라채일. (2013). 관계혜택이 신뢰관계 결속 및 장기적관계지향성에 미치는 영향, 호남대학교 대학원 박사학위논문
- 류지나. (2006). 웰빙관심도에 따른 약선레스토랑 시장세분화에 대한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 박건태, 김도완. (2003). 「약선을 이용한 건강 기능식 개발에 관한연구」. 한국조리학회지 9(4)
- 박성혜외11인. (2011). 『건강약선조리약선조리』. 경기도: (주)지구문화사
- 박시사. (2001). 『관광소비자 행동론』. 서울: 대왕사
- 박정숙, 박경인. (2002). 「산업장 건강증진프로그램이 중년기 근로자의 건강증진 행위, 콜레스테롤치 및 삶의 질에 미치는 영향」 성인간호학회지, 14(2)
- 박지훈. (2002). 서비스품질에 대한 고객만족과 거래성향이 관계지향성에 미치는 영향, 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 박찬국. (2005). 『한의학 특강』. 한뜻 출판사
- 박희자. (2005). 웰빙관심도의 시장세분화별 약선메뉴 선택속성에 관한 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 박희자. (2008). 약선음식의 지각된 가치와 위험지각이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 강릉대학교 대학원 박사학위논문
- 송홍규. (2007). 외식소비자의 건강메뉴성향이 건강지향소비에 미치는 연구, 경희대학교 박사학위논문
- 송홍규, 김홍길. (2008). 「외식소비자의 건강메뉴성향이 건강외식지향에 미치는 영향」. 관광연구저널
- 신건철, 임재욱. (2002). 「공급업체와 소매업체간 장기지향성의 결정요인」. 경영

학연구, 31(4)

- 신미경, 조정순. (2004). 「한방음식의이해」. 학술정보
- 신민규. (2001). 「식생활에관한한방적고찰」. 대한의료기공학회지, 제5권
- 신수연, 류인숙. (2003). 「남성캐주얼 웨어 점포의 서비스품질에 따른 고객만족과 관계마케팅」. 한국의류학회지, 24(8)
- 신일성. (2011). 유기농식품 구매의 추구편익이 외식산업 메뉴선택속성과 만족도에 미치는 영향 경성대학교 대학원 경영학박사 학위논문
- 신재용, 박기용. (1999). 『외식산업론』. 대왕사
- 신종국, 이상식, 박민숙. (2007). 「공급사슬 파트너십에서 수송이 물류서비스 품질과 장기지향성에 미치는 영향」. 한국산업정보학회지, 12(4)
- 신현호. (2011). 호텔프렌치레스토랑 메뉴선택속성이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 단국대학교 경영대학원 석사학위논문
- 양 승. (2007). 『도호 약선 조리학』. 백산출판사
- 엄은경. (2007). 이태리레스토랑 메뉴선택속성과 고객만족에 관한 연구, 청운대학교 정보산업대학원 석사학위논문
- 유룡 외. (2010). 「한식당 메뉴선택속성과 고객만족 연구」 호텔리조트연구9(2)
- 윤숙자, 이미영. (2009). 『몸에 약이 되는 약선음식111가지』, 서울: 질시루
- 윤희경, 이영근, 임경려, 장윤희, 정재홍, 조정순, 최희숙, 한복선. (2008). 『아름다운건강미인 만들기』. 서울: (주) 광문각
- 이감용, 김창완, 지성구. (2001). 「구매자-판매자 관계에서 심리적 계약위반의 지각이 장기지향성에 미치는 영향」, 마케팅관리연구, 6(3)
- 이동석, 김신근. (1997). 『약의 역사』. 서울대학교 출판부
- 이상화. (2007). 메뉴관리와 레스토랑 이미지가 서비스품질과 고객만족 및 재방문의도에 미치는영향에 관한연구, 청운대학교 대학원 석사학위논문
- 이승익. (2011). 외식기업 메뉴품질과 브랜드미지가 가치지각 및 고객만족 재구매의도에 미치는 영향, 경희대학교 대학원 박사학위논문
- 이승익, 조춘봉. (2008). 「외식소비행동에 따른 메뉴 선택속성에 관한 연구」. 호텔리조트연구, 7(2)
- 이원갑. (2008). 라이프스타일에 따른 약선음식의 시장세분화 전략, 안동대학교 대학

원 박사학위논문

- 이윤주, (2013), "호텔 고객이 지각하는 푸드테라피가 메뉴선택속성, 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향", 영산대학교 경영대학원 박사학위논문
- 이지현, 이승희, 임숙자. (2003). 「패션상품의 e-CRM에 관한 연구: 신뢰와 관계 몰입을 중심으로」. 한국의류학회지, 27(6)
- 이학식, 안광호. (2001). 『소비자행동마케팅전략적접근』. 서울 : (주)법문사,
- 전소현. (2004). 약재를 이용한 메뉴개발연구: 약선식을 중심으로. 경기대학교 대학원 석사학위논문
- 전순실, 신동원. (2008). 『약선 음식』. 문운당
- 정구점, 차은정. (2005). 『약선 조리학』. 서울 : (주) 효일
- 정우식. (2012). 슈퍼바이저 관계결속노력이 가맹점의 장기지향성에 미치는 영향, 세종대학교대학원 박사학위논문
- 정태선. (1997). 호텔레스토랑 선택행동요인에 관한 실증적 연구, 대구대학교 대학원 관광전공 석사학위논문
- 조수경. (2010). 라이프스타일에 따른 한국 약선음식 인지도 및 교육활성화, 숙명여자대학교 전통문화 예술대학원 석사학위논문
- 조민호, 최인호. (1999). 「호텔선택속성평가의 비교 문화연구」. 광학연구, 23(1)
- 조영신. (2005). 약선메뉴 인지도에 관한연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문
- 조용상. (1999). 호텔식음료판매촉진을위한소비자구매행동에 관한연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 조춘봉, 김영갑, 김선희. (2011). 『외식메뉴관리론』. 서울: (주)대왕사
- 주성래, 정명선. (2002). 「패션점포와 고객간의 관계효익이 관계의질과 고객만족에 미치는 영향」. 한국의류학회지 26(7)
- 차부근. (2000). 호텔 관광마케팅의 영향요인과 요인간의 관계에 관한 연구, 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 최정은. (2012). 학생들의 영양 지식·식이 자기 효능감 및 식습관과 메뉴선택행동과의 관계, 동국대학교 대학원 박사학위 논문
- 최성웅, 진양호. (2010). 「외식소비자의 건강지향 메뉴가 LOHAS와 약선 음식 및 고객만족에 미치는 영향」, 조리학회지, 14(5)

- 최성웅. (2010). 약선요리의 구매동기와 선택속성이 구매태도에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 박사학위논문
- 최웅, 고재운, 박희자. (2007). 「웰빙관심의 시장세분화 및 인구통계적 특성에 따른 약선메뉴 선택속성의 차이」. 호텔관광연구
- 최원균, 이형주. (2010). 「관계효익이 장기지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 신뢰와 관계몰입을 매개변수로」. 호텔경영학연구 19(6)
- 한석명. (2005). 감국 약선차의 기능성분 및 조리적성에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문
- 한애리. (2005). 약선에 대한 한의학적 고찰, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 홍성수. (2013). 외식소비자의 라이프스타일과 한식 메뉴 선택 속성의 관계 연구 경희대학교 관광대학원 조리외식경영학과 학위논문
- 한영용, (2010), 『약이되는밥상』, 등대출판사
- 허봉수. (2005). 「음양체질에 따른 약선요법이 당뇨병에 미치는 영향」. 대한약선학회지
- 허진, 최웅, (2012), 「외식프랜차이즈시스템의 장기관계지향성에 관한연구」, 외식경영연구 15(1)

2. 국외문헌

- Anderson, E and B. A. Weitz. (1989). Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads, *Marketing Science*, 8(4): 310-323.
- Anderson, Fornell & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share and Profitability, p. Finding from Sweden, *Journal of Marketing*, Vol.58, No.3: 53-66.). 嶋口充輝. (1994). 「顧客満足型 マーケティングの構図」, 有斐閣.
- Anderson, J. C. and J. A. Narus. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships, *Journal of Marketing*, 54: 42-58.
- Anderson and Weitz(1992). Kalwani and Narayandas. (1995).
- Anderson and Weitz(Anderson, E and B. A. Weitz. (1989). Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads, *Marketing Science*, 8(4): 310-323.
- Choi W·Ko JY·Park HJ. (2007). A study on differences of functional food choice attributes by segmented groups of wellbeing interest and demographic characteristics. *The Administration of Korean Hospitality & Tourism* 24: 104-119.
- Doney and Cannon Doney, P. M. and J. P. Cannon. (1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships, *Journal of Marketing*, 61(2): 35-51.
- Dwyer, F. R. P.H Schurr, and Sejo Oh. (1987). Developing buyer-seller relationships, *Journal of Marketing*, 51(April): 11-27.
- Engel, C, & Birger, R.D. (1992). Customer Behavior(4th ed), Hinsdale, Illinois: The Dryden Press: 21-49.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer, p. The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(Jan.): 6-21.

- Fornell, Claes., Johnson, Michael D., Anderson, Eugene W., Cha, Jaesung. & Bryant, Barbara Everitt. (1996). The American Customer Satisfaction Index, p. Nature, Purpose, and Findings, *Journal of Marketing*, Vol.60(October): 7–18.
- Fillitrait, P. & Ritche, B. J. (1988). The Impact of Situational Factors on the Evaluation of Hospitality Service. *Journal of Travel Research*, Spring: 18–38.
- Gee, C. Y. Choy, D. J. and Macliens, J. C. (1984). The Travel Industry, USA: AVI: 204–205
- Gwinner, Kevin P., Dwayne D. Gremler, and Mary Jo Bitner. (1998). Relational benefits in services industries, p. The customer's perspective, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(2): 101–114.
- Ganesan, Shanker, (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller. relationships, *Journal of Marketing*, 58(April): 1–19.
- Hart, C. L. & Casserly, D. G. (1985). Quality, p. A brand-new. time-tested strategy. The Cornell H. R. A Quarterly. 26(3): 52–63.
- Iverson. Kathlenn M.. (1988), Introduction to Hospitality Management, NY,: 71.
- Jackson, B. B. (1985). Winning and keeping Industrial Customer, Lexington, KY, p. Lexington Books.
- Johnson, M. D. & Fornell, C. (1991). A Framework for Comparing Customer Satisfaction Across Individuals and Product Categories. *Journal of Economic Psychology*, 12(2): 267–286.
- Johnson & Fornell, Johnson, M. D. & Fornell, C. (1991). A Framework for Comparing Customer Satisfaction Across Individuals and Product Categories. *Journal of Economic Psychology*, 12(2): 267–286.
- Jones and Jones(Jones, P. & Jones, P. A.(1990). Stress, p. Are You Serving It up to Your Restaurant Patrons?. The Cornell H. R. A. Quarterly,

31(3): 37-43.

- Jones, P. & Jones, P. A. (1990). Stress, p. Are You Serving It up to Your Restaurant Patrons?. *The Cornell H. R. A. Quarterly*, 31(3): 37-43.
- Kalwani, M. U. and N. Narayandas. (1995). Long-Term Manufacturer-Supplier Relationships, p. Do They Pay Off for Supplier Firms?, *Journal of Marketing*, 59(1): 1-16.
- Kelly, H. H. and J. W. Thibaut(1978). Interpersonal Relations, p. A Theory of Interdependence, New York, W. H. Freeman, 265-314.; Dwyer, F.R.,P.H Schurr, and Sejo Oh. (1987), Developing buyer-seller relationships, *Journal of Marketing*, 51(April): 11-27.
- Kelly, H. H. and J. W. Thibaut. (1978), Interpersonal Relations, p. A Theory of Interdependence, New York, W. H. Freeman: 265-314.
- Khan, (1993), Menus and Menu Planning, VRN'S ENCYCLOPEDIA of HOSPITALITY and TOURISM (N. Y. VAR). p.91
- Kim HD. (2006). A study on quality characteristics of medicinal demi-glace sauce with added omija. *The Korean Journal of Culinary Research* 12(3): 119-133
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1996). *Marketing for hospitality and tourism*. New Jersey, p. Prentice-Hall Inc.
- Lewis, R. C. (1981). Restaurant advertising, p. appeals and consumers' intention. *Journal of advertising research*, 21(5): 69-74.
- Lewis, R. C. (1984). Isolating differences in hotel attributes. *The Cornell H.R.A. Quarterly*, 25, November: 64-77.
- Lewis, R. C. & Morris, S. V.(1987). The positive side of guest complaints. *The Cornell H.R.A. Quarterly*, 27(2): 13-15
- Mahmood A. Khan. (1982). Factors Affecting Consumer Food Preferences and Their Utilization in Hospitality Management, A. pizam, R.S. Lewis and Manning, *Practice of Hospitality Management*(West Port, p.A VIpublishing co. Inc)

- Mahmood A. Khan, 1991, Concept of Foodservice Operation and Management, 2nd ed. VNR, p,41 : Idem, VNR's Encyclopedia of hospitality and Tourism, VNR, 1993, p,89.
- MacLaurin, D. J. & MacLaurin, T. L. (2000). Customer perceptions of theme restaurant in singapore. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3): 75–85
- Mentzer, J. T., D. J. Flint and G. M. Hunt. (2001). Logistics Service Quality as a Segment–Customized Process. *Journal of Marketing*, 65(October): 82–104.
- Morgan, M. S.(1993). Benefit Dimension of Midscale Restaurant Chains. *The Cornell H. R. A Quarterly*, 34(2): 40–45.
- Noordewier, T. G., G. John, and J. R. Nevin. (1990), Performance Outcomes of Purchasing Arrangements in Industrial Buyer–Vendor Relationships, *Journal of Marketing*, 54(4): 80–94.
- Oliver R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, *Journal of Marketing Research*, Vol.17(November): 460–469.
- Oliver R. L. (1999). Whence consumer loyalty, *Journal of Marketing Research*, 63: .33–44.
- Park GT·Kim DW. (2003). Studies on development of functional herbal food based on yaksun –focusing on the relevant chinese literature–. *The Korean Journal of Culinary Research* 9(4): 191–202
- Pavesic, D. (1983). Cost–margin analysis, p.a third approach to menu pricing and desig, *International Journal of Hospitality Management*. 2(3): 127–134.
- Pearce, P. L. (1996), Recent Research in Tourist Behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.20 No.1, : 7–17.
- Palmatier, Robert W. (2004). How exchange inefficiency and relationship quality mediate the influence of Relationship marketing on

- performance, p. the critical role of customer relationship orientation, Doctorial Dissertation of Missouri-Columbia.
- Robicheaux, R. A. and J. E. Coleman. (1994). he Structure of Marketing Channel Relationships, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(1): 38-51.
- Romm, L. D, (1989). The Quiet Restaurant at Allie's. The Cornell H. R. A. Quarterly, 30(2): 26-34.
- Ryu et al. Ryu, S. J. Park, and S. Min. (2007). actors of Determining Long-term Orientation in Interfirm Relationship, *Journal of Business Research*, In Press, Corrected Proof, Available online 8 May.
- Schroeder, J. J. (1985). Restaurant critics respond, p. We're doing our Job. The Cornell H. R. A. Quarterly, 25(4): 57-63.
- Smith, D. I. (1982), Menu Engineering. Lodging, Hospitality
- Spreng, Richard A., MacKenzie, Scott B. & Richard W. Olshavsky. (1996), A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing*, Vol.60(July): 15-32.
- Swinyard & Swinyard, W. R. & Strauman, D. K. (1986). Market segmentation, p. Finding the heart of your restaurant market. The Chrnell H. R. A. Quarterly. 27(1): 89-96.
- Tse, David K. & Wilton, Peter C. (1988). Models of Consumer Satisfaction, p. An Extension, *Journal of Marketing Research*, Vol.25(May), : 204-212.
- Wadolowska, L.. (2008). Food choice models and their relation with food references and eating frequency in the polish population, *Food policy*, 33(2): 123
- Webster, F. (1992). *Industrial Marketing Strategy*, New York, p. John Wiley & Sons.
- Weitz, B. A., S. B. Castleberry, and J. F. Tanner. (1992). Selling - Building Partnerships, Boston, p. Richard D. Irwin, Inc.

부 록

설 문 지

	-			
--	---	--	--	--

약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향에 관한연구

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 시간을 내어 본 설문에 참여하여 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 조사는 “약선요리전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향에 관한연구”를 진행하고자 한성대학교 경영대학원 석사논문 작성을 위해 조사를 수행하고 있습니다.

귀하께서 응답해 주신 결과는 연구 및 통계작성 이외의 목적으로는 이용하지 않을 것을 약속드리며 바쁘시더라도 조사에 성실히 응답해 주실 것을 간곡히 부탁드립니다.

감사합니다.

2013. 10. 10

지도교수 : 한성대학교 경영대학원 호텔관광외식경영학과
허 진

연구자 : 한성대학교 경영대학원 호텔관광외식경영학과
호텔관광외식경영 전공 김 경 자
연락처, 010-4413-5991

A. 다음의 항목은 귀하가 약선전문음식점 메뉴 선택시 중요시 하는 사항에 관한 질문입니다. 귀하께서 생각하시는 해당 숫자에 (V)표 하여 주십시오.

문항		전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
약리 작용	1. 간의 주요 생리기능이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	2. 신장의 주요 생리기능이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	3. 위의 주요 생리기능이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	4. 폐의 주요 생리기능이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	5. 심장의 주요 생리기능이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	6. 주재료 영양적 가치가 중요하다.	①	②	③	④	⑤
약선 조리법	7. 약선 음식 기물의 청결함이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	8. 약선 음식 재료의 신선도가 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	9. 약선 음식 재료의 식감을 살린 조리법이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	10. 약선 음식의 부재료 영양적 가치가 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	11. 자극적인 양념사용을 줄인 자연적인 조리법이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
약선 품질	12. 계절별 약선 음식 제공이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	13. 약선 음식의 색과 향이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	14. 약선 음식의 맛이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	15. 약선 음식 선택의 다양성이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	16. 약선 음식의 적절한 온도가 중요하다.	①	②	③	④	⑤
영양 성분	17. 저칼로리의 다이어트효과가 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	18. 음식의 총 칼로리(열량)가 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	19. 유기농 재배에 의한 곡식 및 채소이 중요하다.	①	②	③	④	⑤

B. 다음은 귀하의 약선 음식 구매 후 전체적인 만족도에 관한 질문입니다. 해당항목에 대하여 고려되는 정도를 (V)표기 바랍니다.

측 정 항 목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 약선요리전문점의 음식에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2. 약선요리전문점의 음식 이용 후 가격에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3. 약선요리전문점의 음식 이용 후 조리방법에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4. 약선요리전문점의 음식 이용 후 영양적 가치에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
5. 약선요리전문점의 음식 이용 후 맛과 신선도에 만족한다.	①	②	③	④	⑤

C. 다음은 귀하의 약선 음식의 장기관계지향성에 대한 질문입니다. 해당항목에 대하여 고려되는 정도를 (V)표기 바랍니다.

측 정 항 목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 약선요리전문점의 음식을 섭취하는 것이 건강에 도움이 된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2. 약선요리전문점과 지속적 관계를 유지하는 것은 건강유지를 위해 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3. 약선요리전문점의 음식 가격적인 부담이 되더라도 지속적으로 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤
4. 약선요리전문점을 장기간 이용하고, 긍정적으로 구전 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
5. 약선요리전문점을 타인에게 적극적으로 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

ABSTRACT

A Study on the Influence of Medicated Diet Restaurant's Menu Selection Attributes on Customer Satisfaction and Long-term Relationship Orientation

Kim, Kyung-Ja

Major in Food Service Management

Dept. of Hotel, Tourism and Restaurant
Management

Graduate School of Business Administratio

Hansung University

The modern society, as the era of centenarians, is undergoing huge changes in people's living standards in accordance with increases in income level due to economic growth and changes in lifestyles. In particular, human desire for food is influenced by various factors including society, economy, culture and custom, personal income, personal taste, and etc., and people's desire for curing diseases or preventing adult diseases is acting as an incentive for consumers to choose 'medicated diets Yaksun

Hence, this study intended to establish customer retention and customer acquisition marketing strategies for medicated diet restaurants via finding out the influential relationship among menu selection attributes, customer satisfaction, and long-term relationship orientation of medicated diet restaurants. Toward achieving the objective, this study extracted a measurement index suitable for menu selection attributes of medicated diet

restaurants, and, upon setting up a study model and hypothesis for study development, conducted a survey of medicated diet restaurant customers.

The following are the results of the analysis using the structural equation modeling, conducted in order to analyze the influential relationship among ‘medical action’, ‘medicated diet cooking recipe’, ‘medicated diet quality’, and ‘nutritional components’, customer satisfaction, and long-term relationship orientation – all of which are medicated diet restaurant’s menu selection attributes.

First, medical action of medicated diet restaurant’s menu selection attributes is found not to have statistically significant influence on customer satisfaction.

Second, medicated diet cooking recipe, medicated diet quality, and nutritional components are found to have statistically significant influence on customer satisfaction. Also, it is found that inadequate nutritional value of main ingredients and special nutritional purpose are failing to provide satisfactory values to consumers. It reflects that the diversity of medicated diets including price, freshness, and cleanliness, quality of medicated diets, and etc. are still not meeting customer demands and as such it is thought that securing ingredients for medicated diets which include nutritional components that meet customer demands as well as improving the quality of medicated diets via inventing a variety of medicated diets based on medicinal ingredients are necessary.

Third, medicated diet cooking recipe, medicate diet quality, medical action relating to medicated diet restaurant’s menu selection attributes and long-term relationship orientation is found not to have statistically significant influence on long-term relationship orientation.

Fourth, Nutritional components are analyzed to have statistically significant influence on long-term relationship orientation.

Fifth, customer satisfaction on medicated diet restaurant’s menu selection attributes is found to have statistically significant influence on long-term

relationship orientation. It can be understood that eating medicated diet food helps maintaining health, maintains continuous relationship with medicated diet restaurants, and indicates willingness to use medicate diet restaurants for a long period of time despite the burdensome price.

The reality is that the cuisines of medicated diet restaurants are not meeting such desire of consumers dining out. Therefore, implications based on such study results are that the following is very much needed above all else: medical action, medicated diet cooking recipe, medicated diet quality, and nutritional components which are medicated diet restaurant's menu selection attributes need to add more various medicinal ingredients that are preventive of adult diseases, balanced, and suitable for health management in order to increase nutritional components; a variety of menu needs to be developed; fostering of professionals such as medicated diet cook with basic quality is required; cooking methods for utilizing modernized home appliances in many ways need to be systematically researched and complemented; and medicated diet cooking recipes of competitive advantage need to be developed in order to satisfy differentiated and diverse customer needs.

【Keywords】 medicated diet, menu selection attributes, medicinal season, customer satisfaction, long-term relationship orientation