

經營學碩士 學位論文

시판전통음료의 품질에 대한 기대와
만족에 관한 연구

慶州大學校 産業經營大學院

호텔 外食經營學科

徐 正 順

2005年 6月

목 차

제 1 장 서 론	1
제1절. 문제제기	1
제2절. 연구의 목적	3
제3절. 연구의 범위와 방법	4
제 2 장 이론적 고찰	7
제1절. 음료	7
제2절. 전통음료	9
제3절. 전통음료의 산업화	16
제4절. 전통음료의 전망	17
제5절. 기호도	20
제 3 장 조사연구의 설계	22
제1절. 연구과제의 설정	22
제2절. 설문지의 설계	23
제3절. 조사 설계	26

제 4 장 조사의 분석 및 해석	28
제1절. 인구통계학적 분석	28
제2절. 시판전통음료의 일반적 이용행태적 특성	29
제3절. 시판전통음료의 기호도와 섭취빈도	34
제4절. 요인분석	50
제5절. 기대수준과 지각수준간의 평균순위와 쌍체 t-검증	52
제6절. 시판전통음료의 「중요도-실행도」 분석	54
 제 5 장 결 론	 61
제1절. 연구의 요약	61
제2절. 연구의 한계 및 향후 연구방향	62
 <참고문헌>	 63
 <설문지>	 68
 Abstract	 75

< 표 목 차 >

<표 2- 1> 음료의 분류	9
<표 2- 2> 음청류의 분류	16
<표 2- 3> 한국의 전통음료에 대한 연구	20
<표 3- 1> 메뉴 품질 측정항목의 추출	24
<표 3- 2> 설문지 구성	25
<표 3- 3> 표본의 개요	26
<표 4- 1> 인구통계학적 분석	29
<표 4- 2> 이용행태적 분석	31
<표 4- 3> 시판전통음료의 전반적인 기호도	33
<표 4- 4> 성별에 따른 시판전통음료의 기호도	34
<표 4- 5> 연령별에 따른 시판전통음료의 기호도	36
<표 4- 6> 직업별에 따른 시판전통음료의 기호도	37
<표 4- 7> 학력별에 따른 시판전통음료의 기호도	38
<표 4- 8> 월평균소득에 따른 시판전통음료의 기호도	39
<표 4- 9> 결혼여부에 따른 시판전통음료의 기호도	40
<표 4-10> 시판전통음료의 전반적인 섭취빈도	41
<표 4-11> 성별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도	42
<표 4-12> 연령별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도	44
<표 4-13> 직업별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도	45
<표 4-14> 학력별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도	47
<표 4-15> 월평균소득별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도	48
<표 4-16> 결혼여부에 따른 시판전통음료의 섭취빈도	49
<표 4-17> 시판전통음료의 인식의 인자 분석	51
<표 4-18> 인자요인이 섭취빈도에 미치는 영향	52
<표 4-19> 인자요인이 녹차섭취빈도에 미치는 영향	52
<표 4-20> 시판전통음료 기대수준-지각수준 간의 쌍체 t-검증	53

[그림 목 차]

[그림 4- 1] 「중요도-실행도」 분석 매트리스	54
[그림 4- 2] 시판전통음료의 「중요도-실행도」 분석결과	56
[그림 4- 3] 제1사분면(좋은 성과 지속유지)	57
[그림 4- 4] 제2사분면(과잉노력 지양)	58
[그림 4- 5] 제3사분면(낮은 우선 순위)	59
[그림 4- 6] 제4사분면(여기에 집중)	60

제 1 장 서 론

제1절 문제제기

한 나라의 고유한 식생활 풍습은 그 민족이 거쳐 온 정치적, 경제적, 사회적, 시대적 배경의 영향을 받으면서 형성되어 왔다. 따라서 한 민족의 식생활에 담겨진 문화성은 그 민족 생활의 유적이요 아울러 민족문화의 한 척도일 수 있다¹⁾. 이러한 식생활 문화는 그 민족의 발달상을 가장 잘 나타내며 모든 문화의 선두이자 총합된 문화의 형태라 할 수 있다.

한국의 음식 문화는 일상식과 의례 음식의 상차림이 전혀 다른 구조로 발달하여 왔다. 일상식은 주식과 부식으로 나누어지며 반상차림이 중심이 되고, 의례음식은 국수장국이 주가 되며 그 외에 떡류, 과점류, 음청류, 과일류, 적류 등이 포함된다²⁾.

음료 문화 역시, 그 민족의 사회·역사적 배경과 자연 조건에 의해 영향을 받고 서민 생활의 지혜가 작용하여 형성, 발달하게 된다. 예로부터 도처에 솟아나는 양질의 감천수가 풍부하던 우리나라는 유일하게 습관성 전통 음료를 갖지 않은 나라이다. 그 이유는 시원한 산미의 감수 때문으로 우리 조상들은 습관성 기호음료 대신 천연의 감천수를 즐겨 왔던 것이다³⁾. 그리고 한 두가지의 습관성 음료를 상용하는 대신 음료에서 기호와 건강을 동시에 충족할 수 있는 약이성 음료와 향미성 음료의 다양한 음료 문화를 발달시켰다.

전통음료는 최근 수년간 식품업계에서 일고 있는 다양한 상품화로 인하여 식혜, 수정과, 송늬, 칙즙, 유자차, 매실차, 꿀삼차, 도라지차, 녹차, 한방음료 등의 음료제품에 대한 국내시장의 꾸준한 수요증대가 일어나고 있다. 그 밖에 한방음료 분야에서도 대추, 당귀, 인삼, 영지, 오미자, 구기자

1) 윤서석(1987), 한국 식품사 연구, 신광출판사, p16.

2) 윤서석, 한국식품사연구, 신광출판사, pp.15-17.

3) 이성우(1984), 한국식품문화사, 교문사, 강인희, 한국식생활풍습, 삼영사.

등을 활용한 혼합음료 형태의 제품이 건강보조적인 상품으로서 선호도가 높다고 하겠다. 한편 업계에서는 제품다양화 측면에서 당근이나 대추이용 음료 그리고 미숫가루 음료가 본격적으로 판매될 것으로 전망하고 있다.

그러나 이러한 전통음료부문의 앞서가는 활성화에 비하여 전통음료의 대중화를 위한 산업적 제조 공정이 일부 업체를 제외하고는 기대만큼 확립되어 있지 않기 때문에 품질이 균일하게 유지되지 못하고 있으며 덩핑 사례 등 가격구조를 포함한 유통문제에도 적지 않은 문제점이 나타나고 있다. 앞으로 한국의 전통음료가 견고한 시장을 형성하려면 효율적인 생산, 판매관리를 이루면서 선의의 경쟁으로 지속적인 품질 개선 노력이 추진되어야 할 것이다. 또한 이를 식품과학적으로 뒷받침해줄 수 있는 체계적인 연구가 절실한 시점이며 전통음료 제품을 개발하고 상품화를 해야 할 당위성에 대한 근거를 분명하게 확립할 필요가 있다. 즉 단순히 우리의 전통식품이기 때문이라기보다 식품산업의 발전과 기술축적이라는 측면에서 살펴보아야 하겠다. 끊임없이 변화되고 있는 식생활 문화에 대처하고 올바른 식생활이 유지될 수 있도록 식품가공기술을 우리의 것으로 토착화시켜야 한다. 또한 앞으로는 기술 없이 발전이라고 하는 것은 기대할 수 없으며 고부가가치의 창출은 더욱 불가능할 것이다. 이러한 뜻에서 전통음료 제품을 왜 먹느냐라는 동기부여가 중요하다. 소비자 입장은 사회 환경과 소득이 변함에 따라 소위 입맛이 점차 바뀐다고 할 수 있다. 또한 식생활 패턴의 변화를 유발하게 된 동기가 무엇인지 검토할 가치가 있다고 생각한다.

또한 음료시장이 확대됨에 따라 전통적으로 가정에서 제조하여 마셔왔던 우리의 전통음료가 산업화와 더불어 편의화되어 식품회사에서 대량으로 제조되어 현재 시판되고 있다. 전통음료가 산업화 되어 대량 생산 유통됨으로써 일반인들이 쉽게 접하여 마시게 됨으로써 우리 전통음료의 편의화 및 대중화에 기여 하였다.

그러나 편의화된 전통음료가 국내에서 경쟁력을 갖추고, 또한 세계화되기 위해서는 현 시점에서 편의화된 전통음료에 대해서 전래의 고유한 맛

과 특성의 유지라는 측면에서 재평가를 해볼 필요가 있다고 생각된다. 따라서 본 연구에서는 시판 전통음료에 관한 실태, 기대, 만족도 등을 중심으로 실태를 조사하여 이를 토대로 우리의 전통음료를 편의화 산업화에 있어서 바람직한 방향을 제시하고자 한다.

제2절 연구의 목적

본 연구는 시판되고 있는 전통음료를 이용하는 고객을 중심으로 전통음료의 이용실태 및 품질속성에 대한 중요도와 실행도 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 시판 전통음료의 효율적인 매출증대를 위한 시사점을 제시하는데 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 세부적인 연구목표를 설정하였다.

첫째, 전통음료의 개념 및 품질과 관련된 구성개념들의 이론적 체계화를 통하여 시판 전통음료 이용객의 품질 평가요인을 규명하고자 한다.

둘째, 시판 전통음료 이용객들의 기호도와 섭취빈도를 조사하고자 한다.

셋째, 시판 전통음료 이용객을 대상으로 품질에 대한 기대도와 만족에 대한 실증분석을 하고자 한다.

넷째, 시판 되는 전통음료의 품질에 대한 고객들의 기대와 만족에 대한 검증을 하고자 한다.

다섯째, 시판되는 전통음료의 품질에 대한 고객들의 지각에 대하여 지각과 만족에 대한 차이를 분석하고자 한다.

여섯째, 분석결과를 토대로 시판 전통음료의 마케팅 전략방법을 제안하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성함으로써 시판 전통음료의 품질 평가에 대한 이론을 체계화하고, 품질에 대한 기대와 실행도를 분석하여 품질관리의 전략을 제시하여 음료시장에서 실용적으로 활용할 수 있도록 도움을 주고자 하였다.

제3절 연구의 범위와 방법

1) 연구의 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 연구의 범위는 시간적으로는 설문조사를 실시한 2005년을 기준년도로 설정하였으며, 공간적으로는 경상북도로 한정하였고, 대상적 범위는 대구를 중심으로 경북 인근 지역의 시판 전통음료 이용객들로 한정하였다.

본 연구의 내용적 범위는 시판되고 있는 전통음료의 품질과 관련된 것으로 한정하였으며, 전체내용은 제1장 서론을 포함하여 전체 5개의 장으로 구성하였다.

제1장은 서론으로 문제의 제기, 연구의 목적, 연구의 범위와 방법을 논의하였다.

제2장은 본 연구의 이론적 배경으로 전통음료의 개념과 정의, 특징 등을 다루는 전통음료 품질의 구성변수 등을 고찰하였다. 마지막으로 종합적인 선행연구의 동향을 통하여 전통음료의 품질 요인을 논의하였다.

제3장은 본 연구의 조사 설계부분으로 이론적 고찰로 얻어진 품질 요인을 체계적으로 도출하였으며, 각 구성개념의 변수로 사용될 측정문항과 척도를 개발하였다. 그리고 실증분석을 위한 조사목적, 표본추출방법, 조사 시기 등을 포함한 조사방법의 체계를 기술하고, 마지막으로 자료 분석에 대한 구체적인 방법을 기술하였다.

제4장은 실증분석으로 연구대상인 전통음료를 이용하는 고객들을 대상으로 조사한 설문결과를 분석하여 연구 과제를 분석하였다. 그리고 중요도와 실행도의 차이검증, IPA를 이용하여 품질을 분석하고자 한다.

제5장은 결론으로 연구의 결과를 요약하고 현재 음료시장을 위한 시사점을 제시하고 연구의 한계와 향후 연구방향을 제시하였다.

2) 연구의 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구(literature study)와 실증연구(empirical study)를 병행하였다. 문헌연구를 위해서 관련서적, 논문, 기타 각종 간행물 및 통계자료를 활용하여 전통음료 관련 이론을 파악하여 이론적 체계화를 기하였다. 이러한 이론적 연구와 체계화를 바탕으로 실증분석에 사용될 측정문항을 도출하고 측정척도를 개발하였다.

실증조사 분석을 위한 조사대상은 대구와 경상북도 인근지역을 선정하였다. 조사대상자는 대구와 경상북도 인근지역의 시판 전통음료의 이용객으로 한정하였다. 자료수집방법은 자기기입식 설문조사 방법(self-administered questionnaire survey method)으로 조사하였다.

모집단을 위한 표본추출방법은 단순무작위추출법(simple random sampling)을 활용한 편의적 표본추출법(convenient sampling)을 이용하였다. 자료 분석방법은 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 10.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 분석하였고, 사용된 통계기법으로는 빈도분석, 기술분석(descriptive statistics), 차이분석인 대응표본 t-test와 일원분산분석(one-way ANOVA) 등을 활용하고, IPA 그래프의 작성은 EXCEL 프로그램을 이용하여 작성하였다.

3) 연구의 흐름도

I. 서 론		
- 문제의 제기 - 연구의 목적 - 연구의 방법 및 범위		
II. 이론적 배경		
- 전통음료	- 전통음료 품질의 구성변수	- 선행연구고찰
III. 조사설계		
- 연구과제설정	- 자료수집 및 표본추출	- 조사설계
IV. 조사 분석		
- 연구과제 분석	- 중요도, 실행도 차이검증	- IPA 분석
V. 요약 및 결론		
- 연구의 요약 및 시사점 - 연구의 한계 및 향후 연구방향		

제 2 장 이론적 고찰

우리의 전통음료는 모두 자연에서 나온 자연물을 이용한 사계절의 변화를 담아 맛으로 표출한 것이다. 지극히 자연스런 맛과 멋을 즐겼던 조상들의 낭만과 풍류, 정성이 깃들어 있는 고유한 음식으로 명칭은 음청류(飮淸流)이다.

제1절 음료

1) 음료시장의 역사

우리나라 음료산업은 급격한 사회적 변화와 경제적 발달로 변화 발전되어 왔는데 1930년대 초에는 사이다라는 이름으로 탄산음료가 일본인 자본에 의하여 공장체제로 기업화되어 생산 판매되기 시작하였고 8.15 해방 후에는 한국인의 자본에 의한 기업(서울사이다, 금강사이다, 삼성사이다, 스타사이다, 칠성사이다)이 설립되면서 음료산업이 시작되었다. 그 후 6.25를 거치면서 미국 음료인 코카콜라, 펄시콜라가 도입되면서 본격적으로 탄산음료의 시장이 확대되기 시작하였다.

70년대에는 전형적인 탄산음료를 벗어난 다양한 음료가 등장하기 시작하여 썬니텐, 환타, 오란씨 등의 플레이버 탄산음료가 출시되었고 두유음료인 베지밀도 출시되었다.

80년대에는 소득수준의 향상과 함께 보리탄산음료인 맥콜과 유탄산음료 등이 계속 출시되면서 80년대 말까지 탄산음료는 급속히 증가하여 1인당 소비량이 거의 선진국 수준에 도달하였으며, 썬 키스트 상표와 델몬트 상표가 과실음료제품으로 본격적으로 출시되었고, 후반기에 들어서면서 제일제당의 케토레이, 동아의 포카리스웨트가 스포츠음료시장에 진입하였으며 식이성음료인 미에르 화이바가 등장하였다.

90년대에는 탄산음료시장이 정체되고 소비자 요구가 다양해지면서 스포

츠음료, 식이음료, 캔 커피, 차류, 과채음료 등의 새로운 형태의 음료가 등장하였으며, 기존업체의 품종 및 용기 다양화 및 신규 참여 업체의 급증으로 음료업체간의 경쟁이 치열해지기 시작하였고 신제품의 개발과 식생활의 변화로 음료 매출은 해마다 10%이상씩 성장되었다.

90년대 후반에 들어서는 음료시장의 규모가 2조원 대를 넘어서면서 신장률이 정체하여 음료 업계는 새로운 소재 개발에 주력하게 되었고 우리 전통음료인 식혜, 수정과, 대추차가 선보이면서 초기에는 좋은 반응을 보였으나 업계간 출혈 경쟁으로 아직까지 뿌리를 내리진 못하였다.

우리는 20세기를 보내고 21세기를 맞으면서 커다란 변화에 마주치게 되었고 앞으로도 더 많이 헤쳐 나가야만 한다. 커다란 변화란 시장 환경의 변화인데 세계화정보화 추세에 직면하면서 국내 업체간의 손쉬운 경쟁에서도 보호되지 못하고 있는 상태여서 세계기업과 똑같은 조건으로 경쟁하고 소비자의 사랑을 받는 제품을 개발 성공시키는 기업만이 생존할 수 있는 냉혹한 현실이 되었다.

2) 음료의 분류

음료라 하면 물을 비롯하여 탄산음료, 발효음료, 차잎을 추출한 차음료, 과실을 즙을 내거나 우려낸 과즙음료가 있다. 그러나 최근 음료산업에 개발 동기로서 가능성이 있거나 건강에 영향을 주는 음료가 산업화 경쟁적 차별성과 제품특성으로 소비자 요구를 충족시킬 수 있으므로 <표 2-1>과 같이 음료를 분류 한다.

<표 2-1> 음료의 분류

분 류	종 류	비 고
전통음료	탕차 : 건모과탕, 여지탕, 제호탕, 봉수탕 등 미수 : 울무미수, 잡곡미수, 보리미수, 찹쌀미수 등 갈수 : 어방갈수, 오미갈수, 포도갈수 등 숙수 : 울추숙수 정향숙수 등	
건강차	감귤차, 다시마차, 감잎차, 대추차, 뽕잎차, 오미자차, 감차, 결명자차, 계피차, 구기엽차, 구기자차, 국화차, 도라지차, 들깨차, 레몬차, 매실차, 모과차, 미역차, 사과차, 생강차, 석류차, 솔잎차, 송화차, 수세미차, 쑥차 영지차, 옥수수차, 울무차, 인삼차, 탕자차, 표고차, 현미차 등	
즙 류	감자즙 신선초즙, 마즙, 유자즙, 솔잎즙, 당근즙, 오이즙, 배즙, 토마토즙, 알로에즙, 무즙, 참다래즙, 시금치즙, 우엉즙, 보리수즙, 과일두유, 미나리즙, 칩즙 등	
단방차	감쪽지차, 너삼차, 두충차, 마늘차, 모란차, 박하차, 산사자차, 은행잎차, 진피차, 천궁차, 컴푸리차, 홍화차, 감초차, 당귀차, 둥글레차, 차조기차, 칩차, 황기차 등	단방약차란 한 가지 생약만 사용하여 끓인 약차를 말한다.
복방차	결경감초차, 인삼구기자차, 산약산수유차, 죽엽 대추차, 오미구기자차, 두충감초차, 쑥 생강차, 당귀천궁차, 인삼 대추차, 생강계피차, 황기 마늘차	복방약차란 두가지 이상의 생약을 사용하여 끓인 차다..
약단술 (식혜)	꿀담초단술, 지네초단술, 돌복수아단술, 칩단술, 오갈피단술, 인도덩굴, 단술, 느릅나무단술, 조피단술, 영경귀단술, 구기자단술, 쥘레뿌리 단술 마늘 단술, 호박단술	

* 김경자(2001), 한국전통편의 음료의 산업화 현황과 전망, 논자 재구성

제2절 전통음료

1) 전통음료의 역사

전통음료는 종류, 형태, 조리법이 매우 다양하다. 예로부터 차, 화채, 밀수, 식혜, 수정과, 탕, 갈수, 숙수, 즙, 우유, 등으로 구분되어 왔다. 또한 일상식, 절식, 제례, 대, 소연회식 등 우리 식생활에 깊이 뿌리내린 한국 고유의 음식으로 자리 잡아 온 것으로 나타났다.

가. 삼국시대

식생활이 체계화 되면서 주식, 부식, 후식의 구분에 따라 전통음료는 후식류로 발달하게 되었고, 조과류(造菓類)와 더불어 중요한 기호식품으로 자리 잡았다. 삼국유사에 따르면 수로왕이 난의 향을 곁들인 난액(蘭液)이라는 음료를 하사하였다는 기록이 있다. 이러한 사실로 보아 원시 식물의 꽃이나 열매들을 음료로 이용했을 가능성을 엿볼 수 있다. 오미자나 박하 등은 삼국시대에 이미 음료로 이용되었다.

우리나라의 전통음료에 대한 최초의 기록은 1145년 삼국사기에서 찾아볼 수 있는데, 김유신이 사병을 시켜 집에서 장수(漿水)를 가져오게 했다는 기록이 있는데, 여기서 장수는 곡류를 젖산 발효시켜 만든 신맛이 나는 찬 음료로 청량음료가 성행했음을 알 수 있다. 중국의 본초학에 관한 서적에서는 ‘신라에서는 박하 잎을 말려 차로 마신다’와 ‘고구려에서 나는 오미자가 살도 많고 씨도 달아 매우 질이 좋다’라고 되어 있어 널리 음료로 이용되었다는 것을 알 수 있다.

나. 고려시대

차가 우리나라에 들어 온 것은 신라 28대 선덕여왕 때 당나라에서 차종자를 들여와 지리산에 심었고, 불교문화의 도입과 함께 왕가와 승려, 화랑들 사이로 전파되어 우리나라 역사상 차문화가 최전성기를 맞으며 귀족과 서민 사회 모두에서 일반화되었다. 국가적 대행사인 연등회와 팔관회를 위시한 각종 제향 및 연회에 진다례(進茶禮)와 함께 다과상이 성행하면서 병과류와 함께 음청류도 매우 발달하였다. 관가로서 다방이 있었으며, 다춘을 두어 다수의 재배를 맡아보게 하였다고 한다. 차는 사신을 맞이할 때도 임금이 차를 하사하였는데, 주로 술을 마시기 전에 차를 내었다. 차와 관련된 풍속으로 차 종자가 예물로 쓰였다.

다. 조선시대

차의 생산량이 감소하면서 차나무만을 이용한 음다(飲茶) 풍습이 다소

약해졌다. 그 대신 감잎차, 구기자차, 모과차, 국화차 등 대용차가 적극 개발되었고 향약이성(鄉藥餌性) 효과가 있는 여러 향미성 음청류가 크게 발달하였다. 배불정책으로 차보다는 농술과 음류의 풍습이 성행하였다. 농술은 일반적으로 가장 많이 음용되었던 것으로 서민의 유일한 음료였다. 그 밖에 일상 식생활의 발달과 술, 떡, 음료류에 한약재의 쓰임이 많아지면서 차 대신 식혜, 화채, 수정과 등 음청류가 발달하게 되었다. 이러한 향약성 음료의 발달은 자연을 적절히 활용하여 음료에 혼합함으로써 건강을 도모하는 약식동원(藥食洞原), 즉 약이다.

19세기초에 편찬된 『임원십육지』⁴⁾에는 음료를 다음과 같이 분류하여 소개하고 있다.

곡물을 찌산 발효시키거나 향약이성 재료에 꿀이나 설탕 등의 감미료를 넣고 끓인 장(漿), 한약재나 과일즙을 농축시켜 마시거나 여기에 두릅 또는 누룩 등을 넣고 꿀과 함께 달여 마시는 갈수(渴水), 향약이성 재료를 끓여 마시는 탕, 차나무 잎으로 제조한 차 등이 있다.

2) 전통음료의 종류별 정의와 분류⁵⁾

가. 정의

(1) 순다류 : 찌나무의 잎을 이용해서 만든 차

(2) 유사다류 : 차를 혼합하거나 혼합되지 않은 채 차의 명칭이 붙여진 것

(3) 탕류 : 한이성 재료를 끓여 달여 고의 형태로 만들어 희석해서 마시는 차(제호탕, 습조탕, 향소탕, 수문탕, 빙자탕, 회향탕, 행락탕, 봉수탕, 백탕, 자소탕, 사물탕, 쌍화탕, 숙매탕, 온조탕, 모과탕)

(4) 장류 : 한성이 재료를 꿀이나 설탕을 넣어 숙성시켜 희석해서 마시는 차 곡물을 발효시켜 만든 산미음료(모과장, 계장, 귀계장, 유자장)

4) 서유구(2005), 임원십육지, 보경문화사.

5) 이효지(1994), 한국의 음청류 문화, 한국 식생활 문화 학회 추계 학술 심포지움 자료, pp.3-11.

(5) 숙수류 : 누룽지에 물을 부어 끓여 마시는 것(송늬)

(6) 미음류 : 곡식을 물에 넣어 오래 끓이다가 채에 받혀 남은 물에 소금, 설탕 간을 하여 마시는 것 (쌀미음, 송미음, 좁쌀미음, 대추미음, 삼미음)

(7) 미식류 : 곡물을 찌서 볶아 가루로 만들어 물에 타 마시는 것(참쌀미시, 보리미시, 수수미시, 조미시)

(8) 식혜류 : 엿기름물에 밥알을 당화시켜 감미한 것(식혜, 연엽식혜, 감주, 석감주)

(9) 수정과류 : 계피, 생강 등을 당화시켜 감미한 것(가련수정과, 배수정과, 석감주)

(10) 화채류 : 오미자물, 꿀물, 과즙 등에 과일, 꽃잎 등의 건지를 넣는 것

나. 분류

음청류는 차, 화채, 밀수(漉水), 식혜, 수정과, 탕(湯), 장(漿), 장수(漿水), 갈수(渴水), 숙수(熟水), 즙(汁), 우유 등으로 그 종류는 153가지이다. 음청류는 뜨겁게 마시는 음료와 차게 마시는 음료로 구분 할 수 있는데, 차와 탕은 뜨겁게 마시는 음료이고, 차게 마시는 음료로는 식혜, 수정과, 수단, 화채류, 미수 등이다.

(1) 차류

본디 차는 녹차 또는 녹차에다 다른 재료를 섞어서 만든 음료를 의미하는 것이다. 그러나 우리나라에는 토산차가 없어 향약재나 과일 등을 이용하여 차를 만들었으며, 관청에서는 찹쌀을 볶아 물에 타서 차라고 하였다고 한다⁶⁾. 이렇듯 우리나라에서는 차가 들어가지 않은 음료도 차라고 칭하였으며 우리나라식의 차가 아닌 차음료를 중국에서는 탕이라 하며 우리나라는 차와 탕에 뚜렷한 구분이 없이 혼용되고 있다.

6) 이석호 율김(1991), 조선세시기 '동국시세기, 열양시세기, 경도잡지, 동경잡지', 동문선 문예신서.

(2) 탕류

탕은 여러 가지 향약을 섞어 달인 보신용 음료이다. 탕이란 본디 우리 말로 끓인다는 것을 의미하며 국이나 약을 달인 것도 탕이라 하여 藥湯의 일부가 음료로 이용되었다. 탕은 조리법이나 재료에 있어 차음료와 큰 차이를 보이지 않아 근본적으로 차와 탕은 불려지던 이름에 의한 구분일 뿐 서로 다른 음료류라고 보기 어렵다. 굳이 구분을 하자면, 차음료는 기호성과 더불어 건강에도 도움을 주는 것이 많은데 반해 탕류는 기호보다는 건강을 위한 약이성 음료의 성격이 더 강한 것이 특징이라 할 수 있다⁷⁾.

(3) 장류

장은 중국의 禮記, 周禮속에 소개되어 있는 음료수의 한 종류로 곡물을 발효시켜 만든 酸味飲料이며 우리나라에서는 三國遺事에 처음으로 漿水에 대한 소개가 있는데 전분질인 밥이나 미음을 젖산발효시켜 산미를 띠게 한 젖산발효음료로 때로는 매실이나 여러 과일을 함께 넣어 풍미를 좋게 하여 청량음료로 이용하였다고 한다. 장수는 新羅時代에 唐과의 교류를 통해 우리나라에 들어왔고 高麗時代까지는 白米漿이란 이름으로 남아 있었지만 조선말기 철종(1856)때의 字典인 「字類註」에서는 승냥漿으로 표현되어 있는 것으로 보아 조선시대에는 완전히 자취를 감춘 것으로 해석되고 있다⁸⁾.

(4) 塾水

숙수란 宋나라 사람들이 즐겨 마시는 것으로 향약초를 달여 만든 것이나 우리나라의 숙수는 승냥을 의미하는 것으로 본래의 숙수와는 다른 것

7) 홍만선, 산림경제, 민속문화추진위원회.

8) 권태완, 김경임, 남주형(1973), '오미자의 일반성분, 유기산 및 Anthocyanin 색소에 관해' 한국 식품과학회지, 5권 3호 p.178, 김명희, 박상배(1987), 'HPLC에 의한 한국산 칙차의 분석', 서울 특별시보건환경연구원보, 24권, p.136. 보건환경연구원.

이라 하였다⁹⁾. 우리나라에는 중국식 음료인 숙수와 송늬를 의미하는 숙수가 있었던 것으로 사료되며 중국식 음료인 숙수는 우리 일상음료로 뿌리 내리지 못하고 사라진 반면 土俗飲料인 송늬를 의미하는 숙수는 서민들이 즐겨 마시는 음료로 현재까지 이어져 오고 있다¹⁰⁾.

(5) 渴水

갈수란 능금, 조매, 포도 등의 汁에 향료와 설탕을 넣은 것이라고 소개되어 있다. 농축된 과일즙에 향약재를 섞거나, 향약재와 곡물, 누룩을 꿀물에 달여 마시는 것을 갈수라 한다¹¹⁾.

(6) 化案類

화채는 오미자 국물 또는 과즙이나 꿀물을 기본으로 제철의 과일을 저며서 띄우거나 꽃잎과 실백을 띄워 마시는 전형적인 우리 고유의 清涼飲料이다. 고려시대에 이미 중앙절식으로 꿀물에 생배, 유자, 석류, 잣 등을 넣은 화채를 먹은 것으로 알려져 있으나, 화채에 대한 기록이 본격적으로 나오기 시작한 것은 조선 중기 이후의 문헌에서부터인 것으로 보아 화채는 이때부터 널리 이용되기 시작한 것 같다¹²⁾.

(7) 식혜

식혜는 오늘날까지 가장 널리 음용되고 있는 우리나라 고유의 청량음료로 엿기름물로 밥알을 당화시켜 국물과 밥알을 함께 마시는 음료이다. 식

9) 김복선, 이택수, 이명환(1984), '식혜의 당화과정 중 성분변화', 한국산업미생물학회지, 12권 2호, pp.125-129.

10) 고영수, 이인숙(1985), 'HPLC에 의한 증자와 볶음 녹차중의 유리아미로산과 유리당의 정량', 한국영양식량학회지, 14권 p.301.

11) 김명희, 박상배(1987), 'HPLC에 의한 한국산 찹차의 분석', 서울특별시보건환경연구원보, 24권, p.136.

12) 문수재, 조혜영(1978), '식혜에 관하 조리과학적 연구', 대한가정학회지, 16권 1호, pp.43-49, 대한가정학회.

혜는 중국의 고서인 禮記에 나오는 청량음료의 하나인 禮에서 그 기원을 찾으며 우리나라에서는 1744년경의 문헌인 수문사설에 처음으로 식혜 만드는 법이 소개되었고 시의 전서에는 식혜와 감주 만드는 법을 각각 기록하였다¹³⁾.

(8) 수정과

수정과는 생강을 얇게 저며 계피와 통후추를 넣고 끓여서 식힌 후 여기에 꿀감을 넣어 맛이 우러나도록 만든 음청류이다. 예조 41년 1765년의 문헌인 「수작의 궤」에 처음으로 수정과가 나오며 1800년대 후반의 料理書인 是議全書에 현대의 방법과 유사한 수정과 만드는 방법이 소개되어 있다¹⁴⁾.

13) 김상달, 도재선(1981), ‘인삼엽차의 제조방법이 품질에 미치는 영향’ 한국식품과학회지, 3권 4호, p.267.

14) 김선영(1990), 장수발효에 관여하는 미생물에 관한 연구, 고려대학교 식량개발대학원 석사학위논문.

<표 2-2> 음청류의 분류

분류	재 료	종 류
차	향약재, 과일류, 곡류, 차잎, 해조류, 감미료-꿀, 설탕, 고명-잣, 대추, 호도, 밤, 석류, 경단, 배, 계피가루 등	구기자차, 유자차, 모과차, 생강차, 포도차, 국화차, 결명자차, 계피차, 매화차, 오매차, 오과차, 오미자차, 감귤차, 녹두차, 당귀차, 꿀차, 강죽차, 대추차, 백엽차, 호두차, 석류피차, 옥수수차, 울무차, 곡차, 굴화차, 계화차, 보리차, 봉수차, 사과차, 석류차, 쌍화차 등
화채	과일류, 채소류	배숙, 복숭아화채, 배화채, 굴화채, 수박화채, 유자화채, 포도화채, 진달래화채, 오미자화채, 장미화채, 복분자화채, 산딸기화채, 사과화채, 산사화채, 수박냉차, 흰떡과일화채, 참외화채 등
밀수	곡류, 과일류	떡수단, 보리수단, 원소병, 미수(밀수), 향설고(상설고), 송화수, 옥수수단
식혜	곡류, 과일류, 채소류	식혜, 연엽식혜, 안동식혜
수정과	꽃감, 배, 호도, 유자, 생강, 통후추, 연꽃순, 계피, 감초, 잣, 석류알, 오미자, 연지 등	수정과, 가련수정과, 잠과수정과
탕	꽃잎, 한약재, 과일 등	국화탕, 건모과탕, 금분탕, 경소탕, 녹운탕, 무록탕, 두구탕, 봉수탕, 백탕, 숙매탕, 수지탕, 압향탕, 오미탕, 여지탕, 온조탕 등 25종
장	향약, 과일, 채소 등	제수, 계장, 여지장, 모과장, 유자장, 매장, 산장, 은장, 재장, 연수장, 단로장, 금성옥장
장수	전분질인 밥, 미음, 과일	
갈수	과일, 한약재, 곡물, 누룩	어방갈수, 포도갈수, 향당갈수, 모과갈수, 오미갈수 등
숙수	한약재가루, 꿀, 물, 꽃	양간숙수, 자소숙수, 두구숙수, 침향숙수, 향화숙수, 울추숙수, 정향숙수 등
즙	과일, 채소, 설탕, 꿀	밀감즙, 당근즙, 시금치즙, 양배추즙, 무즙

* 김미리(2001), 한국전통 편의 음료와 조리과학, 한국조리과학회, 논자재구성

제3절 전통음료의 산업화

한국차는 1990년대에 들어오면서 미원음료, 동서식품, 해태음료, 제일제당 등 대기업에서 우롱차를 이용하여 음료시장에 진출하였으나, 그 매출 상황은 크게 확산되지 못하다가 1993년 홍차 음료의 본격적인 출시를 기점으로 93년에 110억원 94년 250억원, 95년 350억원의 시장을 형성하였다.

차음료는 무가당 음료로 차 잎을 우려내어 먹는 가정용과 강정에서 다도법에 준하였던 방법이 많이 이용되었는데 차 잎 특유의 떫은맛이 남아 있어 젊은 층의 기호를 충족시키지 못하여 96~98년까지는 수요가 증가하지 못한 실정이었으나 태평양화학의 설록차, 삼화녹차, 동서 식품의 두충차, 롯데 칠성의 실론티 봉황녹차 등 차류 제품을 산업화하면서 제품을 다양하게 개발하여 침출차, 추출차, 분말차로 구분하여 생산하고 추출해낸 음료 차는 캔과 PET병, 유리병에 넣어 출시하고 한편으로는 차 잎을 분말로 만들어 티백의 형태로 만들어서 생활의 복잡성과 신속함의 추세에 맞추어 상품화 시키고 있으므로 차음료 시장은 발전되어 가는 추세이다.

제4절 전통음료의 전망

음청류는 주로 기호음료로 발달되어 왔지만 어떤 식품보다도 생리적으로 유용한 기능적인 효과를 기대하고 있다. 사실상 음청류의 소재로는 인간이 먹을 수 있는 거의 모든 재료가 해당한다고 해도 과언이 아니다.

전통음료의 발전과 개발에 있어 바라는 바는 공감하고 있으나 음료를 만드는데 있어서는 문제점이 노출되고 있다. 즉 전통음료는 전통적인 방법을 고수해야 한다는 고정 관념이 음료의 산업화에 걸림돌이 되고 있고 다음에는 전통음료이기 때문에 보존제나 품질향상을 위한 첨가물을 쓰지 못하게 하는 식품법이 산업화와 유통을 어렵게 하고 있다.

1) 바람직한 전통소재음료의 개발과 우리 음료의 세계화

서구에서 용기가 개발된 이래 각 나라에서는 그 나라 사람들에게 가장 널리 알려져 있고, 그 나라 사람들이 가장 좋아하고, 즐겨 마실 수 있는 음료로 적합한 소재를 용기에 담아내는 노력들이 진행되어 왔다. 미국 하면 콜라나 오렌지 주스를 떠올리고, 영국 하면 홍차, 일본 하면 말차, 중국 하면 우롱차, 브라질하면 커피를 떠올린다. 그 나라를 대표하는 음료가 있는 것이다. 잉카에서는 ‘잉카콜라’가 가장 유명한 음료수이고 아르헨티

나에는 ‘마테 차’라는 것이 있다고 한다. 알코올이 함유되지 않은 비알코올음료(soft drink)외에 알코올 함유 음료인 hard drink까지 포함한다면 독일을 대표하는 ‘맥주’나 프랑스를 대표하는 ‘와인’, 혹은 ‘꼬냑’이나 영국의 ‘위스키’, 중국의 ‘고량주’, 일본의 ‘정종’, 멕시코의 ‘데킬라’를 어렵지 않게 떠올릴 수 있을 것이다. 모두가 저마다 자기 나라를 대표하는 전통 소재 음료를 가지고 있는 것이다. 이 음료들의 특징이라면 그 나라에서 가장 흔히 볼 수 있고 일반화 되어있으며 예로부터 즐겨 먹거나 마셔 왔던 소재로 만든 음료라고 정의할 수 있다.

위에 열거된 세계적으로 널리 알려진 특화음료들은 그 음료와 가장 잘 어울리는 먹거리나 그 나라를 대표하는 문화전파로 까지 연계되어 단지 하나의 음료가 아닌 경제, 문화로 확산된다. 코카콜라와 햄버거, 피자, 맥도날드나 KFC와 같은 프랜차이즈, 식문화, 맥주와 소시지, 와인과 프랑스 요리, 위스키와 치즈, 햄, 정종과 초밥(스시) 등 하나의 음료와 함께 전파되는 먹거리나 문화들은 이루 말할 수 없이 많다.

그렇다면 우리나라를 대표하는 음료는 무엇일까? 그것은 분명히 전통소재음료가 되어야 할 것이다. 한동안 많은 외국인들이 식혜와 수정과를 한국을 대표하는 음료로 인식하였다. 최근에 홍콩의 CATHAY PACIFIC 항공은 한국인의 선호음료 등을 조사한 결과 ‘보리차’를 한국인들이 가장 좋아하는 음료로 선정하고 웅진식품(주)의 ‘하늘보리’를 기내식으로 선정한 일이 있다. 그렇다면 우리의 전통적인 떡거리와 마실거리 그대로가 우리나라를 대표하는 음료가 될 수 있을까? 결론부터 이야기 하자면 아니다. 그 나라를 대표하는 음료는 전통소재를 혹은 예로부터 마셔 왔던 소재를 기본으로 하되 현대적으로 재해석하거나 응용한 것이 되어야 할 것이다. 또한 그것은 세계인에게 소개되어 손색이 없는 그야말로 세계적인 음료가 되어야 할 것이다.

우리기술로 만든 쌀과 현미음료 ‘아침햇살’이 세계에 널리 알려져 우리나라를 대표하는 음료가 된다면 그것과 함께 떡이나 한과가 세계에 소개될 수 있을 것이다. 또한 우리의 우아한 선의 미가 아름다운 동양화와 그

것을 만들어 낸 한국의 자연과 우리네 정서와 기술이 하나의 상품이나 관광 상품, 혹은 문화전파로 확대될 수 있을 것이다.

2) 최근 연구동향

다류에 관한 논문은 총 131편이 보고되었으며, 전통음청료에 관한 논문이 18편, 식혜류에 관한 논문이 31편, 유사다류에 관한 논문이 77편, 숯농에 관한 논문이 3편, 미숫가루에 관한 논문이 2편이 보고되었다. 주제별로는 제조 및 가공에 관한 논문이 48편으로 가장 많았고, 성분에 관한 논문이 36편, 효능에 관한 논문이 27편, 저장에 관한 논문이 6편, 기타 14편이 보고되었다<표 2-3>.

<표 2-3> 한국의 전통음료에 대한 연구

	종류	성분	효능	제조 및 가공	저장	기타	총합계
전통 음청류		6	1	7	-	역사 2 이용실태 2	18
식혜류	식혜	1	1	13	-	-	15
	안동식혜	4	-	2	4	6	16
유사다류	인삼차	1	-	6	-	-	7
	대추차	1	-	2	-	1	4
	등굴레차	1	-	2	-	-	3
	감잎차	4	6	3	-	-	13
	오미자차	9	6	2	1	-	18
	우롱차	1	13	1	-	-	15
	두충차	2	-	1	-	-	3
	옥죽차	2	-	1	-	-	3
	보리차	2	-	1	1	1	3
	송순차	-	-	2	-	-	2
	취차	1	-	-	-	-	1
	덩굴차	1	-	-	-	-	1
	결명자차	-	-	1	-	-	1
	산수유	-	-	1	-	-	1
	구기자	-	-	1	-	-	1
	맥아	1	-	-	-	-	1
	생강						
기타	송농	2	-	1	-	-	3
	미숫가루	-	-	1	-	1	2
	총	36	27	48	6	14	131

*김기원, 옥치곤(1980), 한국 차생활 변천고, 진주농업전대 논문집, 18,199
재 인용

제5절 기호도

소비자가 얼마나 제품을 좋아하는지 그 정도를 측정하고자 할 때 사용되며, 주로 5점 항목척도가 사용되나, 연구자에 따라 선척도나 비율척도도 이용된다. Moskowitz(1983)는 비율척도를 기호도 측정에 빈번히 사용하였다. 어린이들을 위해서는 얼굴표정으로 기호도 척도를 구성하기도 한다. 가끔 기호도 척도 중에서 각 항목간의 거리가 일정하지 않고 균형되지 않은 척도를 찾아볼 수 있는데 이것은 결과에 잘못된 영향을 줄 수 있다.

기호도 검사결과, 상대적인 기호도로부터 선호도를 추론할 수 있으며, 기호도 검사는 관능적 특성 대신에 기호도를 측정한다는 것을 제외하고는 특성차이검사와 비슷하다. 본 연구에서는 5점 항목척도를 사용 전통음료에 대한 기호도를 조사하였다.

제 3 장 조사연구의 설계

제1절 연구과제의 설정

본 연구에서는 연구모형을 토대로 한 가설의 검증보다는 시판되고 있는 전통음료의 품질의 중요도와 실행도를 조사·분석하여 조사대상 전통음료의 품질에 대한 고객들의 지각을 분석하고 마케팅 전략을 제시하고자 한다.

1) 시판전통음료에 대한 기호도 및 섭취빈도 분석

조사대상 시판전통음료에 대한 고객들의 인지도 및 기호도와 섭취빈도를 살펴보고 현재 시판되고 있는 전통음료의 이용현황 파악하여 이것으로 음료 마케팅의 기초 자료로 활용하고자 한다.

연구과제 1 : 시판전통음료의 인식에 대한 인자분석을 하고자 한다

연구과제 2 : 시판전통음료에 대한 기호도와 섭취빈도를 분석하고자 한다.

2) 시판전통음료 품질에 대한 중요도와 실행도의 차이분석

시판전통음료의 품질을 구성하는 변수들의 중요도와 실행도가 수요자인 고객의 평가에서는 어떻게 나타나는지의 차이를 통계적으로 분석하여 시판전통음료품질을 향상시킬 수 있는 방안을 찾아보고자 한다.

연구과제 3 : 시판전통음료 품질의 속성에 대한 중요도와 실행도의 차이를 분석하고자 한다.

3) 시판전통음료 품질에 대한 IPA 그래프 작성

품질을 구성하는 모든 변수의 실행도를 높이는 것이 이상적이겠지만, 현실적으로는 불가능하다. 그러므로 IPA에서 추구하는 바와 같이 중요도가 높게 나타나면서 실행도가 떨어지는 중점관리변수를 찾아내어 이러한 부문에 집중하는 것이 전통음료의 음료시장을 관리하는 담당자에게는 현실적인 해결방안이다. 그러므로 각 변수들이 IPA 그래프에서 어떠한 의미를 갖게 되는지를 분석해 보는 것이 필요하다. 이로써 전통음료별의 강점과 약점을 동시에 파악함으로써 전통음료 품질의 향상을 위한 효율적인 전략을 제시할 수 있을 것이다.

연구과제 4 : 시판전통음료 품질에 대한 IPA 그래프를 작성하고자 한다.

제2절 설문지의 설계

1) 설문문항의 추출

메뉴 품질과 관련된 선행연구들을 통하여 전통음료의 품질과 관련된 속성요인을 도출하였다. 선행연구에서 나타난 메뉴품질 속성들은 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 메뉴 품질 측정항목의 추출

설문문항	강영욱	임효원	정중근	양기승	조문수	최규식 이윤호	정영주	박헌진	본연구
① 메뉴의 계절성	○		○	○	○	○		○	○
② 메뉴의 다양성	○	○		○	○	○	○	○	○
③ 메뉴의 온도	○		○		○				○
④ 메뉴의 교체시기		○						○	
⑤ 메뉴의 독창성				○		○			
⑥ 음식의 맛	○	○	○		○		○	○	○
⑦ 음식의 양	○	○	○		○		○		○
⑧ 메뉴의 영양	○	○		○	○				○
⑨ 음식의 모양	○	○	○	○	○				○
⑩ 음식의 청결성		○			○				○
⑪ 음식의 신선도				○				○	○
⑫ 음식의 크기									
⑬ 요리의 색상							○		○
⑭ 요리의 향기									○
⑮ 요리의 질감									
⑯ 요리에 대한 설명		○			○				○
⑰ 건강식 요리								○	○
⑱ 재료나 조리법	○	○	○		○			○	○

선행연구에서 검토된 대부분의 연구들이 매우 공통성이 크며, 대개메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 메뉴의 온도, 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 영양, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 신선도, 음식의 크기, 요리의 색상, 요리의 향기, 요리에 대한 설명, 건강식 요리, 재료나 조리법 등으로 집약되므로 본 연구에서는 음료에 적용되는 품질속성 15항목을 사용하였다.

2) 설문지의 구성

본 연구에서 사용하는 설문지는 크게 4개의 부분으로 구성하였다.

첫째, 전통음료의 일반적인 이용실태를 파악하기 위하여 1) 선호하는 음식의 형태, 2) 평소 좋아하는 기호식품류 3) 주로 마시는 차종류, 4) 기름진 음식(육류, 튀김, 패스트푸드 등)을 드신 후 주로 마시는 차, 5) 손님접대시 주

로 이용하는 차, 6) 전통차에 대한 전반적인 기호도, 7) 전통음료를 좋아하는 이유, 8) 전통음료를 마시는 빈도 등 8개 항목으로 구성하였다.

둘째, 시판전통음료에 대한 인자분석을 위하여 1) 건강에 도움이 된다, 2) 영양적으로 우수하다, 3) 안심하고 섭취할 수 있다, 4) 습관적으로 마신다, 5) 경제적이다, 6) 맛이 좋다, 7) 갈증해소에 도움이 된다, 8) 광고를 통해 접해 친숙하다, 9) 구입하기 용이하다, 10) 좋은 느낌이다, 11) 기호식품이다, 12) 향이 좋다, 13) 색이 좋다, 14) 다이어트에 좋다, 15) 계절에 따라 즐길 수 있다 등 15개 항목으로 구성하였다.

셋째, 시판전통음료에 대한 기호도, 섭취빈도, 중요도, 만족도를 측정하기 위하여 녹차, 홍차, 꿀차, 식혜, 수정과, 쌀음료, 유자차, 모과차, 생강차, 국화차, 대추차, 인삼차, 울무차, 쌍화차, 매실차, 뽕잎차, 구기자차, 오미자차, 둥글레차, 미숫가루 등 20개의 전통음료에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

넷째, 시판전통음료의 품질 속성에 대한 중요도와 실행도를 측정하기 위하여 선행연구의 검토를 통해 추출된 맛, 양, 향, 가격, 영양, 위생, 색상, 온도, 기능성, 안전성, 계절성, 건강성, 신선도, 갈증해소, 성분표시, 유통기한, 포장상태, 포장용기 모양 18문항에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

다섯째, 표본의 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 직업, 학력, 월평균소득, 결혼여부 등 총 6문항으로 구성하였다. 이상의 내용을 정리하면 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 설문지 구성

측정변수	문항수	척도
전통음료의 이용실태	10	명목척도
전통음료에 대한 기호도, 섭취빈도, 중요도, 실행도	20	Likert 5점
전통음료의 품질속성에 대한 중요도 실행도	18	Likert 5점
인구통계적 특성	6	명목척도

제3절 조사설계

1) 표본 추출 및 방법

본 연구 논문의 목적을 수행하기 위해 조사대상은 10대에서 50대사이의 연령층을 대상으로 하고 조사지역은 대구, 경북지역으로 한정하였다.

본 연구의 표본 선정과정은 다음과 같다. 먼저, 설문 내용의 구성 타당성과 조사의 현실성을 판단하기 위한 예비조사 및 본 조사에 있어서 자료수집의 방법은 문헌 조사 분석을 통해, 관련 논문 및 문헌, 간행물 등을 참고하여 조사하였으며, 실증 조사 분석도 대학생 50명을 대상으로 사전 예비조사를 실시하였다. 사전 예비조사결과로 도출된 요인과 결과를 바탕으로 설문지를 재조정 하였다.

표본추출방법은 비확률 표본추출방법(non-sampling error method)의 하나인 편의적 표본추출방법(convenience sampling method)을 실시하였으며 조사대상을 선정 후 2005년 4월 1일부터 4월 30일까지 약 한 달간 총 500부의 설문지를 배포하여 실시하였다.

<표 3-3> 표본의 개요

조사대상	10대-50대
조사범위	대구, 경북
조사기간	2005년 4월 1일 ~ 2005년 4월 30일
자료 표본수	500부

2) 자료수집

연구수행을 위한 1차 자료의 수집은 예비조사와 본 조사로 나누어 실시하였다. 먼저 예비조사는 연구수행 중 필요에 따라 시행했으며 수집된 자료는 설문지 작성의 참고자료로 활용하였다.

예비조사와 문헌연구에 기초하여 설문지를 완성한 후 실증조사를 실시하였다. 조사는 2005년 4월 1일부터 4월 30일까지 약 한 달간에 걸쳐 대구, 경북지역에서 시행하였다. 총 500부의 설문지를 배포하여, 회수된 설문지는 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외한 유효한 표본 320부만을 분석에 사용하였다.

3) 자료 분석 절차 및 방법

본 연구는 변수의 신뢰성검증을 수행함에 앞서 바람직한 연구결과를 도출하기 위해 변수의 수, 분석의 성격, 척도의 종류 등 표본의 전반적인 성격을 고려하여 이에 부합되는 통계분석을 사용하였다.

첫째, 표본의 인구통계학적 특성과 이용행태적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 선행연구를 검토하여 추출한 전통음료 품질의 측정변수에 대하여 기술통계분석을 실시하였다.

셋째, 전통음료에 대한 인지도 및 기호도, 섭취빈도를 인구통계학적 차이를 분석하기 위하여 t-test, ANOVA를 실시하였다.

넷째, 전통음료의 종류 및 품질에 관한 중요도와 실행도의 차이를 분석하기 위하여 대응표본 t-test를 실시하였다.

다섯째, 전통음료의 품질에 대한 IPA 그래프를 작성하기 위하여 IPA(Importance-Performance Analysis)를 실시한다.

IPA는 여러 속성들의 상대적인 중요도와 실행도를 보여주는 과정이다. 이 분석은 2차원 격자에 관리자가 어디에 자원과 프로그램을 집중해야 되는지를 밝혀 준다.

제 4 장 조사의 분석 및 해석

제1절 인구통계학적 분석

각 항목별 관계를 분석하기에 앞서 추출된 표본인 인구통계학적 특성에 따른 구성비는 성별, 연령별, 직업별, 학력별, 평균소득, 결혼여부 6개 항목으로 구성하였으며 분석 자료에 이용된 320부에 대한 응답자의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>에 나타난 바와 같다.

성별로는 여자가 190명(59.4%), 남자가 130명(40.6%)으로 여자가 남자보다 많았고, 연령층으로는 20대가 가장 많은 113명(35.3%)이었고, 그 다음으로 30대가 101명(31.6%), 40대가 81명(25.3%), 50대가 25명(7.8%)으로 나타났다.

직업유형별로는 주부가 132명(41.3%)으로 가장 많았으며, 학생이 100명(31.3%), 다음으로는 회사원 42명(13.2%), 전문직이 26명(8.1%), 기타20명(5.2%) 순으로 조사되었다.

학력별로는 대졸(재학)이 152명(47.5%)으로 가장 높은 빈도를 보였으며, 전문대졸(재학) 69명(21.6%), 고졸이하가 56명(17.5%), 대학원졸(재학) 43명(13.4%)으로 나타났다.

월평균소득별로는 100만원미만이 111명(34.7%)으로 가장 많았으며, 300만원이 65명(20.3%), 150-199만원이 49명(15.3%), 100-149만원이 39명(12.2%), 200-249만원이 29명(9.1%), 250-299만원이 27명(8.4%)순으로 나타났다.

결혼여부는 기혼이 202명(63.1%)으로 미혼 118명(36.9%)보다 많은 것으로 조사되었다.

<표 4-1> 인구통계학적 분석

변수명	항 목	비율(%)
성별	남성	130(40.6)
	여성	190(59.4)
연령	20-29세	113(35.3)
	30-39세	101(31.6)
	40-49세	81(25.3)
	50세 이상	25(7.8)
직업	학생	100(31.3)
	주부	132(41.3)
	전문직	26(8.1)
	회사원	42(13.1)
	기타	20(5.2)
학력	고졸이하	56(17.5)
	전문대졸(재학)	69(21.6)
	대졸(재학)	152(47.5)
	대학원졸(재학)이상	43(13.4)
월평균소득	100 만원 미만	111(34.7)
	100-149 만원	39(12.2)
	150-199 만원	49(15.3)
	200-249 만원	29(9.1)
	250-299 만원	27(8.4)
	300 만원	65(20.3)
결혼여부	미혼	118(36.9)
	기혼	202(63.1)
합 계		320(100.0)

제2절 시판전통음료의 일반적 이용행태적 특성

시판전통음료를 이용하는 이용객들의 일반적 이용 특성을 살펴보면 다음과 같다. <표 4-2>에서 보는 것과 같이 평소기호식품으로 이용하는 것으로는

‘차’ 147명(45.9%)으로 가장 높은 빈도를 보였으며, 그 다음으로는 ‘술’ 43명(13.4%), ‘아이스크림’ 37명(11.6%) 순으로 나타났다.

손님접대 시 주로 이용하는 음료로는 ‘커피’ 169명(52.8%)으로 가장 높은 빈도를 보이고 있으며, 65명(20.3%)으로 ‘전통차’가 그 다음 순으로 나타났다. 또한 기름진 음식을 섭취 후 이용하는 음료에서도 역시 ‘커피’ 132명(41.3%)으로 가장 높은 응답을 하였고 다음으로는 ‘청량음료’ 111명(34.7%)순으로 나타났다. 차 보다는 청량음료를 선호하는 것이 기름을 사용하는 튀김류나 패스트 음식이 일반화 되어 있는 현대의 식생활행태를 알 수 있다.

전통음료를 마시는 목적에 있어서는 비교적 고른 빈도를 보이고 있는데 ‘건강을 위해’ 항목이 100명(31.3%)으로 가장 높은 빈도를 보였다. 다음으로는 ‘향이 좋아서’ 46명(14.4%)순으로 나타났다. 무엇보다도 건강을 우선으로 생각한다는 것을 알 수 있다.

전통음료를 구입하는 장소에 있어서는 ‘대형마트’ 158명(49.4%)으로 가장 높은 빈도를 보이고 있으며, 그 다음으로 이용하는 곳은 ‘슈퍼마켓’ 81명(25.3%), ‘전문점’ 26명(8.1%), ‘24시간 편의점’ 17명(5.3%), ‘자판기’ 16명(5.0%) 순으로 나타났다. 대형마트나 슈퍼마켓이 높은 빈도를 보이는 것이 차 종류도 많고 구입에 있어 용이한 곳을 이용한다는 것을 알 수 있다.

시판되고 있는 전통음료의 개선점에 있어서는 ‘맛’ 98명(30.6%)으로 가장 많은 응답을 보였으며, 다음으로는 ‘영양’ 63명(19.7%), ‘가격’ 59명(18.4%), ‘위생’ 36명(11.3%), ‘양’, ‘포장상태’ 19명(5.9%)순으로 나타났다. 단순히 전통음료의 향이나 색의 모방에 그친 음료를 시판할 것이 아니라 전통음료의 맛을 살리면서 건강에도 도움이 되는 그런 전통음료로의 개선이 시급하다고 사료된다.

<표 4-2> 이용행태적 분석

변수명	항 목	비율(%)
기호식품	차	147(45.9)
	술	43(13.4)
	초코렛	21(6.6)
	껌	18(5.6)
	아이스크림	37(11.6)
	견과류	14(4.4)
	쿠키	11(3.4)
	기타	29(9.1))
손님접대 시 이용하는 차	커피	169(52.8)
	전통차(녹차, 홍차)	65(20.3)
	청량음료(콜라, 사이다)	10(3.1)
	쥬스	63(19.1)
	우유,요쿠르트	3(0.9)
	스포츠음료	3(0.9)
	섬유음료	1(0.3)
	마시지않는다	4(1.3)
기름진 음식 식후 이용하는 차	기타	2(0.6)
	커피	132(41.3)
	전통차(녹차, 홍차)	46(21.3)
	청량음료(콜라, 사이다)	111(34.7)
	쥬스	1(0.3)
	우유,요쿠르트	
	스포츠음료	
	섬유음료	1(0.3)
	마시지않는다	5(1.6)
	기타	2(0.2)

〈표 계속〉

전통음료 마시는 목적	맛있어서	15(4.7)
	향이 좋아서	46(14.4)
	갈증해소를 위해	15(4.7)
	소화가 잘 되므로	15(4.7)
	다이어트에 좋아서	16(5.0)
	습관적으로	28(8.8)
	머리를 맑게 해 주므로	18(5.6)
	건강을 위해	100(31.3)
	기호만족을 위해	19(5.9)
	기능성이 있어서	16(5.0)
기타		32(10.0)
구입장소	슈퍼마켓	81(5.3)
	백화점	9(2.8)
	대형마트	158(49.4)
	24시간 편의점	17(5.3)
	자판기	16(5.0)
	전문점	26(8.1)
	기타	13(4.1)
선호하는 용기	유리병	88(7.8)
	캔	70(21.9)
	플라스틱류	20(6.3)
	종이팩	24(7.5)
	티백(Tea bag)	101(31.6)
	기타	17(5.3)
개선점	맛	98(30.6)
	가격	59(18.4)
	향	19(5.9)
	양	8(2.5)
	영양	63(19.7)
	위생	39(11.3)
	포장상태	19(5.9)
	기타	18(5.6)
합계		320(100.0)

제3절 시판전통음료의 기호도와 섭취빈도

1) 시판전통음료의 기호도 분석

조사대상자들의 전통음료에 대한 전반적인 기호도 평가 결과는 <표 4-3>과 같은 자료를 얻었다. 연령별, 직업별, 학력별, 월평균소득, 결혼여부에 있어서는 전통음료에 대한 전반적인 기호도에 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면 성별에 따라서는 $p<0.01$ 의 유의수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

차이를 보이는 항목인 성별은 남자(3.43점)에 비해 여자(3.65)가 높은 기호도를 보이고 있는 것을 알 수 있다.

<표 4-3> 시판전통음료의 전반적인 기호도

항 목	그 룹	Mean	SD	F(t)	P
성별	남자	3.43	0.71	-2.64	.009
	여자	3.65	0.73		
연령	20-29세	3.57	0.67	0.81	.488
	30-39세	3.48	0.72		
	40-49세	3.62	0.79		
	50세 이상	3.68	0.80		
직업	학생	3.63	0.69	2.24	.064
	주부	3.63	0.77		
	전문직	3.23	0.76		
	회사원	3.42	0.66		
학력	기타	3.55	0.68	1.22	.302
	고졸이하	3.57	0.80		
	전문대졸(재학)	3.60	0.79		
	대졸(재학)	3.60	0.67		
월 평균소득	대학원졸(재학)이상	3.37	0.75	0.12	.986
	100만원미만	3.56	0.70		
	100-149만원	3.64	0.84		
	150-199만원	3.53	0.76		
	200-249만원	3.58	0.82		
	250-299만원	3.51	0.75		
결혼여부	300만원이상	3.56	0.66	-0.17	.861
	미혼	3.55	0.67		
	기혼	3.57	0.77		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

시판전통음료에 대한 성별에 따른 기호도는 <표 4-4>에서 보는 바와 같다. 남녀성별에 따른 시판전통음료의 기호도에 관한 차이분석(독립성 검정 T-test)을 실시한 결과 ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.001), ‘식혜’(p<0.05), ‘수정과’(p<0.05), ‘쌀음료’(p<0.01), ‘오미자차’(p<0.05), ‘둥글레차’(p<0.01) 항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목 중에서 ‘홍차’(남자 3.30점, 여자 2.92점), ‘꿀차’(남자 3.41점, 여자 2.91점), ‘식혜’(남자 3.82점, 여자 3.55점), ‘수정과’(남자 3.38점, 여자 3.14점), ‘쌀음료’(남자 3.49점, 여자 3.22점) 항목에서는 남자가 여자보다 높은 기호도를 보이고 있으며, ‘오미자차’(남자 2.66점, 여자 2.92점), ‘둥글레차’(남자 3.10점, 여자 3.44점) 항목은 여자가 남자보다 높은 기호도를 보이고 있다.

<표 4-4> 성별에 따른 시판전통음료의 기호도

항 목	성 별				t	P
	남 성		여 성			
	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.61	0.88	3.71	0.83	-0.97	.328
홍차	3.30	0.85	2.92	0.90	3.78	.000
꿀차	3.41	0.84	2.91	0.89	5.00	.000
식혜	3.82	0.91	3.55	0.95	2.52	.012
수정과	3.38	0.94	3.14	0.98	2.15	.032
쌀음료	3.49	0.74	3.22	0.87	2.83	.005
유자차	3.64	0.86	3.61	0.81	0.37	.707
모과차	2.98	0.77	3.16	0.88	-1.92	.056
생강차	2.77	1.02	2.89	0.94	-1.05	.292
국화차	2.68	0.90	2.85	0.90	-1.68	.094
대추차	3.02	1.03	3.00	0.95	0.20	.838
인삼차	2.84	1.02	2.89	1.00	-0.42	.673
울무차	3.19	0.93	3.35	0.90	-1.59	.113
쌍화차	2.79	1.00	2.68	0.96	0.96	.334
매실차	3.45	0.94	3.58	0.92	-1.23	.218
뽕잎차	2.44	0.97	2.55	1.00	-0.94	.347
구기자차	2.59	1.04	2.73	0.96	-1.27	.204
오미자차	2.66	1.05	2.92	1.02	-2.17	.030
둥글레차	3.10	1.12	3.44	0.89	-2.98	.003
미숫가루	3.68	1.14	3.55	0.99	1.09	.273

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

연령별에 따른 시판전통음료의 기호도 차이를 분석한 결과는 <표 4-5>과 같은 결과를 얻어냈다.

연령별에 따른 시판전통음료의 기호도 차이를 분석한 결과, ‘녹차’, ‘수정과’, ‘매실차’, ‘둥굴레차’항목을 제외한 ‘홍차’(p<0.001), ‘식혜’(p<0.001), ‘유자차’(p<0.01), ‘미숫가루’(p<0.001)항목에서는 20대(3.50점, 4.10점, 3.84점, 4.02점)가 가장 높은 기호도를 보이고 있으며, ‘꿀차’(p<0.001), ‘쌀음료’(p<0.001), ‘모과차’(p<0.001), ‘생강차’(p<0.001), ‘국화차’(p<0.001), ‘대추차’(p<0.001), ‘인삼차’(p<0.01), ‘울무차’(p<0.001), ‘쌍화차’(p<0.01), ‘뽕잎차’(p<0.001), ‘구기자차’(p<0.01), ‘오미자차’(p<0.05)항목에서는 50대(2.84점, 3.64점, 3.32점, 3.24점, 3.08점, 3.52점, 3.36점, 3.64점, 3.3.6점, 3.28점, 3.20점)가 가장 높은 기호도를 보이고 있다. 그 외 30-40대의 연령에서는 모든 항목에서 비교적 비슷한 기호도를 보이고 있는 것으로 보아 젊은 연령층이 단 맛이 나는 차를 즐긴다는 것을 알 수 있다.

<표 4-5> 연령별에 따른 시판전통음료의 기호도

항 목	연 령								F	P
	20-29세		30-39세		40-49세		50세 이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.84	0.88	3.57	0.77	3.59	0.86	3.56	0.91	2.31	.076
홍차	3.50	0.91	2.83	0.82	2.87	0.81	2.84	0.74	14.46	.000
꿀차	3.44	0.86	2.92	0.91	3.00	0.89	2.84	0.74	8.13	.000
식혜	4.10	0.92	3.49	0.92	3.32	0.87	3.44	0.71	14.96	.000
수정과	3.24	1.06	3.24	0.95	3.20	0.87	3.32	0.94	0.08	.968
쌀음료	3.51	0.90	3.23	0.76	3.11	0.74	3.64	0.81	5.47	.001
유자차	3.84	0.80	3.57	0.90	3.43	0.74	3.48	0.71	4.50	.004
모과차	2.83	0.75	3.22	0.93	3.22	0.80	3.32	0.69	5.96	.001
생강차	2.53	0.98	2.92	1.01	3.07	0.90	3.24	0.66	7.27	.000
국화차	2.51	0.89	2.80	0.84	3.06	0.91	3.08	0.86	7.14	.000
대추차	2.63	1.03	3.16	0.88	3.17	0.93	3.52	0.87	9.90	.000
인삼차	2.69	0.99	2.80	0.98	3.06	1.00	3.36	1.03	4.29	.005
율무차	3.53	1.01	3.06	0.82	3.11	0.80	3.64	0.75	7.41	.000
쌍화차	2.73	1.04	2.52	0.97	2.81	0.86	3.24	0.87	4.03	.008
매실차	3.57	0.96	3.48	0.92	3.54	0.88	3.48	1.00	0.19	.900
뽕잎차	2.30	0.98	2.43	0.95	2.62	0.91	3.36	0.99	9.03	.000
구기자차	2.47	1.01	2.68	1.06	2.76	0.85	3.28	0.79	4.92	.002
오미자차	2.61	1.10	2.85	1.11	2.96	0.85	3.20	0.81	3.23	.023
둥글레차	3.41	1.15	3.20	0.99	3.28	0.86	3.32	0.80	0.77	.510
미숫가루	4.02	1.03	3.56	1.02	3.18	0.96	3.24	0.92	12.51	.000

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

직업별에 따른 시판전통음료의 기호도 차이를 분석한 결과, ‘수정과’, ‘쌍화차’ 두 항목을 제외한 ‘녹차(p<0.05)’, ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.001), ‘식혜’(p<0.001), ‘쌀음료’(p<0.05), ‘유자차’(p<0.001), ‘율무차’(p<0.001), ‘매실차’(p<0.01), ‘둥글레차’(p<0.001), ‘미숫가루’(p<0.001) 항목에서는 학생(3.91점, 3.52점, 3.50점, 4.20점, 3.55점, 3.92점, 3.65점, 3.63점, 3.57점, 4.23점)이 가장 높은 기호도를 보이고 있으며, 다음으로는 ‘녹차’(p<0.05)와 ‘쌀음료’(p<0.05) 항목을 제외한 항목에서 회사원순으로 나타났다. 또한 ‘모과차’(p<0.001), ‘대추차’(p<0.001)항목에서는 회사원(3.22점, 3.30점)이 가장 높은 기호도를 보이고 있는 것으로 보아 피로회복에 좋은 차를 선호한다는 것을 알 수 있다. ‘인삼차(p<0.05)’, ‘뽕잎차’(p<0.001), ‘구기자

차’($p<0.05$), ‘오미자차($p<0.05$)’항목에서는 주부(3.00점, 2.71점, 2.83점, 3.01점)가 가장 높은 기호도를 보이고 있는 것으로 보아 전반적으로 약이 성차를 즐겨 마시는 것을 알 수 있다.

<표 4-6> 직업별에 따른 시판전통음료의 기호도

항 목	직 업										F	P
	학 생		주 부		전 문 직		회 사 원		기 타			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.91	0.87	3.56	0.81	3.50	0.86	3.54	0.88	3.65	0.74	2.99	.019
홍차	3.52	0.91	2.74	0.75	3.07	0.93	3.07	0.89	3.15	0.81	12.05	.000
꿀차	3.50	0.90	2.73	0.81	3.19	0.84	3.33	0.78	3.20	0.89	12.54	.000
식혜	4.20	0.91	3.37	0.84	3.46	0.70	3.52	1.01	3.45	0.88	13.79	.000
수정과	3.24	1.11	3.18	0.91	3.23	0.90	3.42	0.76	3.25	1.06	0.48	.749
쌀음료	3.55	0.92	3.17	0.81	3.38	0.57	3.35	0.72	3.20	0.76	3.14	.015
유자차	3.92	0.81	3.46	0.79	3.11	0.86	3.69	0.74	3.75	0.78	7.59	.000
모과차	2.86	0.80	3.22	0.84	2.80	0.98	3.35	0.72	3.20	0.76	4.81	.001
생강차	2.58	1.01	3.00	0.91	2.69	1.08	2.95	1.03	3.10	0.71	3.44	.009
국화차	2.53	0.86	2.99	0.89	2.38	0.85	2.88	0.91	3.05	0.82	5.82	.000
대추차	2.74	1.05	3.16	0.87	2.57	0.85	3.30	1.07	3.25	0.96	5.47	.000
인삼차	2.82	0.98	3.00	1.00	2.34	0.89	3.00	1.03	2.70	1.08	2.80	.026
율무차	3.65	0.99	3.28	0.80	2.69	0.78	3.00	0.82	2.95	0.82	9.22	.000
쌍화차	2.83	1.06	2.65	0.93	2.34	0.93	2.80	0.99	3.00	0.79	1.89	.111
매실차	3.63	0.98	3.61	0.83	2.92	1.05	3.57	0.83	3.20	1.00	4.13	.003
뽕잎차	2.38	0.96	2.71	0.99	1.84	0.92	2.54	0.94	2.60	0.94	5.00	.001
구기자차	2.58	1.02	2.83	0.90	2.23	1.06	2.64	1.10	2.80	0.95	2.47	.044
오미자차	2.75	1.10	3.01	0.93	2.30	1.15	2.66	1.11	2.90	0.85	3.17	.014
둥글레차	3.57	1.09	3.35	0.85	2.69	0.97	2.90	1.10	3.35	0.87	6.21	.000
미숫가루	4.23	0.80	3.39	0.97	2.92	1.16	3.40	1.19	3.20	0.83	16.58	.000

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

학력별에 따른 시판전통음료의 기호도 차이를 분석한 결과, ‘녹차’($p<0.01$), ‘홍차’($p<0.001$), ‘꿀차’($p<0.001$), ‘식혜’($p<0.05$), ‘유자차’($p<0.01$), ‘국화차’($p<0.05$), ‘율무차’($p<0.05$), ‘뽕잎차’($p<0.001$), ‘미숫가루’($p<0.001$)항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목 중에서 ‘녹차’, ‘홍차’, ‘식혜’, ‘유자차’, ‘율무차’, ‘미숫가루’항목에서는 대졸(3.84점, 3.31점, 3.78점, 3.79점, 3.37점, 3.86점)이 가장 높은 기호도

를 보이고 있으며, ‘꿀차’항목은 대학원이상(3.39점)이 가장 높은 기호도를 보이고 있다. 또한 ‘국화차’, ‘뽕잎차’항목에서는 고졸(2.91점, 2.83점)이 가장 높은 기호도를 보이고 있는 것으로 보아 전반적으로 비교적 고학력일 수록 차를 즐긴다는 것을 알 수 있다.

<표 4-7> 학력별에 따른 시판전통음료의 기호도

항 목	학 력								F	P
	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.42	0.78	3.53	0.86	3.84	0.83	3.60	0.87	4.33	.005
홍차	2.75	0.76	2.71	0.76	3.31	0.92	3.27	0.88	11.55	.000
꿀차	2.87	0.85	2.85	0.94	3.25	0.88	3.39	0.84	5.92	.001
식혜	3.55	0.80	3.42	0.89	3.78	1.02	3.76	0.84	2.77	.041
수정과	3.48	0.93	3.11	1.00	3.19	0.96	3.32	0.94	1.78	.149
쌀음료	3.35	0.79	3.23	0.87	3.36	0.83	3.37	0.81	0.44	.721
유자차	3.58	0.84	3.37	0.82	3.79	0.77	3.46	0.90	4.92	.002
모과차	3.32	0.78	3.14	0.89	3.04	0.81	2.88	0.87	2.52	.057
생강차	3.01	0.94	2.82	0.99	2.80	0.97	2.81	1.05	0.69	.557
국화차	2.91	0.85	2.86	0.92	2.80	0.93	2.44	0.79	2.65	.048
대추차	3.23	0.99	3.04	0.94	2.94	1.00	2.88	0.98	1.40	.241
인삼차	2.82	1.11	3.00	1.05	2.88	0.99	2.69	0.83	0.85	.465
율무차	3.28	0.86	3.34	0.81	3.37	0.97	2.90	0.83	3.09	.027
쌍화차	2.58	0.98	2.69	0.92	2.82	0.98	2.60	1.04	1.16	.324
매실차	3.51	1.02	3.55	0.91	3.61	0.86	3.20	0.98	2.20	.088
뽕잎차	2.83	1.00	2.47	0.96	2.53	0.98	2.02	0.85	5.82	.001
구기자차	2.89	0.80	2.59	1.03	2.69	1.03	2.46	1.00	1.70	.165
오미자차	2.92	0.91	2.78	1.01	2.86	1.07	2.60	1.11	0.92	.429
둥글레차	3.28	0.90	3.13	1.04	3.45	1.03	3.11	0.95	2.31	.076
미숫가루	3.25	1.08	3.42	1.07	3.86	0.92	3.44	1.22	6.63	.000

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

월평균소득별에 따른 시판전통음료의 기호도 차이를 분석한 결과, ‘녹차’(p<0.001), ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.05), ‘식혜’(p<0.01), ‘쌀음료’(p<0.01), ‘유자차’(p<0.001), ‘생강차’(p<0.01), ‘율무차’(p<0.001), ‘둥굴레차’(p<0.05), ‘미숫가루’(p<0.001)항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

차이를 보이는 항목 중에서 ‘생강차’항목을 제외한 모든 항목에서 100만원미만(3.95점, 3.46점, 3.35점, 3.94점, 3.53점, 3.93점, 3.62점, 3.53점, 4.05점)의 소득이 가장 높은 기호도를 보이고 있으며, ‘생강차’항목 역시 저소득층인 100-149만원(3.07점)이 가장 높은 기호도를 보이는 것으로 보아 월평균소득이 낮음에도 차를 많이 즐기고 있음을 알 수 있다.

<표 4-8> 월평균소득별에 따른 시판전통음료의 기호도

항 목	월평균소득												F	P
	100만원		100-149만원		150-199만원		200-249만원		250-299만원		300만원			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.95	0.83	3.53	0.78	3.40	0.76	3.37	0.86	3.37	0.79	3.72	0.87	5.30	.000
홍차	3.46	0.88	2.76	0.90	2.93	0.87	2.86	0.78	2.77	0.84	2.93	0.82	7.17	.000
꿀차	3.35	0.96	3.00	0.97	2.95	0.84	3.00	0.70	2.88	0.80	3.06	0.88	2.43	.034
식혜	3.94	1.04	3.61	0.81	3.34	0.92	3.58	0.73	3.59	0.73	3.50	0.92	3.63	.003
수정과	3.23	1.06	3.30	0.97	3.18	0.97	3.51	0.94	3.37	0.79	3.09	0.86	0.94	.455
쌀음료	3.53	0.86	3.12	0.83	3.12	0.72	3.48	0.73	3.40	0.69	3.18	0.88	3.10	.009
유자차	3.93	0.77	3.43	0.88	3.38	0.75	3.75	0.87	3.59	0.69	3.33	0.81	6.53	.000
모과차	2.98	0.86	3.17	0.82	3.14	0.61	3.34	1.00	3.11	0.84	3.07	0.88	1.02	.403
생강차	2.53	0.98	3.07	0.89	2.97	0.82	3.06	1.03	3.03	0.93	2.93	1.01	3.75	.003
국화차	2.65	0.91	2.94	0.72	2.93	0.98	2.72	0.92	2.88	0.80	2.78	0.96	1.06	.379
대추차	2.82	1.06	3.07	0.98	3.06	0.89	3.24	0.83	3.07	0.95	3.10	1.00	1.27	.274
인삼차	2.73	1.02	3.00	1.10	2.83	0.96	3.03	1.14	2.85	0.94	3.00	0.91	0.88	.492
율무차	3.62	1.00	3.25	0.78	2.97	0.66	3.44	0.98	3.03	0.70	3.01	0.85	6.27	.000
쌍화차	2.72	1.03	2.61	0.98	2.73	0.93	2.62	0.97	2.70	1.03	2.84	0.92	0.36	.875
매실차	3.68	0.94	3.53	0.96	3.28	0.84	3.44	0.98	3.62	0.79	3.44	0.95	1.51	.184
뽕잎차	2.49	1.00	2.64	1.13	2.46	1.11	2.55	0.90	2.44	1.01	2.49	0.81	0.19	.965
구기자차	2.60	1.01	2.79	1.12	2.59	1.01	2.89	0.77	2.55	1.08	2.75	0.93	0.73	.598
오미자차	2.80	1.07	2.87	1.26	2.69	1.02	2.89	0.90	2.77	0.97	2.90	0.96	0.29	.914
둥글레차	3.53	1.05	3.35	0.87	2.97	1.01	3.41	0.98	2.96	1.01	3.24	0.95	2.96	.012
미숫가루	4.05	0.90	3.56	0.96	3.18	1.09	3.44	0.98	3.29	1.20	3.38	1.05	7.40	.000

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 4-9>에서 나타난 바와 같이 결혼여부에 따른 시판전통음료의 기호도에 관한 차이분석(독립성 검정 t-test)을 실시한 결과 ‘녹차’(p<0.001), ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.001), ‘식혜’(p<0.001), ‘쌀음료’(p<0.05), ‘유자차’(p<0.001), ‘모과차’(p<0.01), ‘생강차’(p<0.001), ‘국화차’(p<0.001), ‘대추차’(p<0.001), ‘인삼차’(p<0.05), ‘율무차’(p<0.001), ‘뽕잎차’(p<0.05), ‘구기가자차’(p<0.05), ‘오미자

차’($p<0.05$), ‘미숫가루’($p<0.001$)에 대한 항목은 차이를 보이고 있으며, ‘수정과’, ‘쌍화차’, ‘매실차’, ‘둥글레차’ 항목은 결혼여부에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목 중에서 ‘녹차’(남자 3.87점, 여자 3.55점), ‘홍차’(남자 3.48점, 여자 2.84점), ‘꿀차’(남자 3.43점, 여자 2.93점), ‘식혜’(남자 4.05점, 여자 3.43점), ‘쌀음료’(남자 3.48점, 여자 3.24점), ‘유자차’(남자 3.88점, 여자 3.47점), ‘울무차’(3.50점, 여자 3.16점), ‘미숫가루’(남자 4.08점, 여자 3.32점)항목에서는 남자가 여자보다 높은 응답을 보이고 있으며, ‘모과차’(남자 2.90점, 여자 3.20점), ‘생강차’(남자 2.57점, 여자 3.00점), ‘국화차’(남자 2.56점, 여자 2.91점), ‘대추차’(남자 2.69점, 여자 3.19점), ‘뽕잎차’(남자 2.33점, 여자 2.61점), ‘구기자차’(남자 2.49점, 여자 2.78점), ‘오미자차’(남자 2.63점, 여자 2.93점)항목에서는 여자가 남자보다 높은 기호도를 보이는 것을 알 수 있다.

<표 4-9> 결혼여부에 따른 시판전통음료의 기호도

항 목	결 혼 여 부				t	P
	미 혼		기 혼			
	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.87	0.86	3.55	0.82	3.26	.001
홍차	3.48	0.96	2.84	0.77	6.46	.000
꿀차	3.43	0.91	2.93	0.85	4.88	.000
식혜	4.05	0.97	3.43	0.85	6.02	.000
수정과	3.27	1.06	3.22	0.91	0.50	.614
쌀음료	3.48	0.84	3.24	0.81	2.46	.014
유자차	3.88	0.79	3.47	0.81	4.32	.000
모과차	2.90	0.81	3.20	0.84	-3.06	.002
생강차	2.57	1.00	3.00	0.93	-3.84	.000
국화차	2.56	0.86	2.91	0.91	-3.35	.001
대추차	2.69	1.02	3.19	0.92	-4.46	.000
인삼차	2.72	1.01	2.96	0.99	-2.10	.036
울무차	3.50	1.01	3.16	0.82	3.30	.001
쌍화차	2.70	1.07	2.74	0.92	-0.34	.731
매실차	3.58	0.93	3.50	0.92	0.78	.434
뽕잎차	2.33	0.97	2.61	0.98	-2.48	.013
구기자차	2.49	1.02	2.78	0.96	-2.57	.010
오미자차	2.63	1.13	2.93	0.96	-2.46	.014
둥글레차	3.44	1.08	3.22	0.96	1.89	.059
미숫가루	4.08	0.90	3.32	1.04	6.58	.000

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

2) 시판전통음료의 섭취빈도분석

조사대상자들의 전통음료에 대한 전반적인 섭취빈도 평가 결과는 <표 4-10>과 같은 자료를 얻었다. 직업별, 학력별, 월평균소득, 결혼여부에 있어서는 전통음료에 대한 전반적인 섭취빈도에 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면 성별, 연령별에 따라서는 $p<0.05$ 의 유의수준에서 유의한 차이를 보이고 있다.

차이를 보이는 항목인 성별은 남자(3.43점)에 비해 여자(3.65)가 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, 연령별에 있어서는 40대(3.56점)가 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며 다음으로는 30대(3.54점), 50대(3.52점), 20대(3.07점)순으로 나타났다.

<표 4-10> 시판전통음료의 전반적인 섭취빈도

항 목	그 룹	Mean	SD	F(t)	P
성별	남자	3.30	1.30	0.86	.000
	여자	3.43	1.31		
연령	20-29세	3.07	1.23	3.22	.023
	30-39세	3.54	1.32		
	40-49세	3.56	1.33		
	50세 이상	3.52	1.35		
직업	학생	3.17	1.22	1.56	.184
	주부	3.40	1.34		
	전문직	3.38	1.41		
	회사원	3.66	1.28		
학력	기타	3.75	1.33	0.52	.665
	고졸이하	3.22	1.33		
	전문대졸(재학)	3.49	1.35		
	대졸(재학)	3.31	1.24		
월평균소득	대학원졸(재학)이상	3.53	1.43	2.12	.062
	100만원미만	3.14	1.29		
	100-149만원	3.35	1.38		
	150-199만원	3.48	1.24		
	200-249만원	3.48	1.18		
	250-299만원	3.18	1.30		
결혼여부	300만원이상	3.76	1.33	1.86	.173
	미혼	3.14	1.22		
	기혼	3.52	1.34		

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

<표 4-11>에서 나타난 바와 같이 남녀 성별에 따른 전통음료에 대한 섭취빈도에 관한 차이분석(독립성 검정 t-테스트)을 실시한 결과 ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.01), ‘식혜’(p<0.001), ‘수정과’(p<0.001), ‘쌀음료’(p<0.05), ‘대추차’(p<0.05) 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목 ‘홍차’(남자 2.26점, 여자 1.71점), ‘꿀차’(남자 1.97점, 여자 1.66점), ‘식혜’(남자 2.43점, 여자 2.03점), ‘대추차’(남자 2.00점, 여자 1.60점), ‘쌀음료’(남자 2.04점, 여자 1.81점), ‘대추차’(남자 1.72점, 여자 1.50점) 모두에서 남자가 여자보다 더 많은 섭취를 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-11> 성별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도

항 목	성 별				t	P
	남 성		여 성			
	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.32	1.35	3.45	1.42	-0.84	.397
홍차	2.26	1.17	1.71	1.10	4.28	.000
꿀차	1.97	0.92	1.66	0.93	2.96	.003
식혜	2.43	1.04	2.03	0.99	3.51	.001
수정과	2.00	0.96	1.60	0.84	3.93	.000
쌀음료	2.04	1.01	1.81	0.99	2.01	.045
유자차	2.00	0.99	1.94	1.03	0.45	.651
모과차	1.50	0.80	1.52	0.81	-0.14	.885
생강차	1.53	0.78	1.41	0.77	1.37	.169
국화차	1.37	0.77	1.35	0.75	0.28	.779
대추차	1.72	0.97	1.50	0.78	2.25	.025
인삼차	1.54	0.83	1.48	0.83	0.65	.515
율무차	2.05	1.02	2.02	1.10	0.26	.788
쌍화차	1.40	0.73	1.40	0.78	0.08	.929
매실차	2.19	1.07	2.13	1.26	0.41	.682
뽕잎차	1.32	0.74	1.30	0.70	0.21	.829
구기자차	1.28	0.61	1.34	0.75	-0.78	.431
오미자차	1.33	0.73	1.44	0.85	-1.21	.227
등글레차	1.80	1.08	1.93	1.18	-0.94	.343
미숫가루	2.06	1.11	2.08	1.17	-0.11	.909

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

연령별에 따른 전통음료의 섭취빈도 차이를 분석한 결과 ‘홍차’(p<0.001), ‘식

혜'(p<0.001), '모과차'(p<0.05), '대추차'(p<0.05), '인삼차'(p<0.01), '울무차'(p<0.001), '둥굴레차'(p<0.05) 항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, '녹차', '꿀차', '수정과', '쌀음료', '유자차', '생강차', '국화차', '쌍화차', '매실차', '뽕잎차', '구기자차', '오미자차', '미숫가루'는 연령별로 차이가 없는 것으로 나타났다.

차이를 보이는 항목 중에서 '홍차'는 20대(2.38점)가 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있고, 다음으로 40대(1.80점), 50대(1.64점), 30대(1.61점)순으로 나타났다. '식혜'는 20대(2.52점)가 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있고, 30대(2.10점), 40대(1.96점), 50대(1.84점)순으로 '모과차'는 40대(1.70점)가 가장 높았으며 30대(1.56점), 50대(1.52점), 20대(1.33점)순으로 '대추차'는 50대(1.84점)가 가장 높은 섭취빈도를, 다음으로 40대(1.72점), 30대(1.64점), 20대(1.38점)순으로 나타났다. '인삼차'는 50대(1.84점)가 가장 높았으며 40대(1.67점), 30대(1.45점), 20대(1.36점)순으로 '울무차'는 20대(2.35점)가 가장 높았고 50대(2.16점), 30대(1.91점), 40대(1.70점)순으로 나타났다. '둥굴레차'는 20대(2.10점)가 가장 높은 섭취빈도를 보였으며 다음으로 40대(1.82점), 30대(1.75점), 50대(1.56점)순으로 나타났다. 유의를 보이는 항목에서 섭취빈도는 전 연령별로 비교적 고른 분포를 보이는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 연령별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도

항 목	연 령								F	P
	20-29세		30-39세		40-49세		50세 이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.38	1.17	3.59	1.42	3.18	1.56	3.40	1.55	1.29	.276
홍차	2.38	1.26	1.61	0.90	1.80	1.14	1.64	1.07	9.76	.000
꿀차	1.93	0.90	1.69	0.88	1.77	1.03	1.56	0.96	1.80	.147
식혜	2.52	1.04	2.10	0.97	1.96	1.04	1.84	0.85	6.65	.000
수정과	1.81	0.95	1.72	0.86	1.80	0.95	1.56	0.82	0.64	.587
쌀음료	2.05	1.04	1.78	0.93	1.80	1.00	2.12	1.09	1.98	.116
유자차	2.00	0.97	2.06	1.11	1.87	0.95	1.72	1.02	1.08	.358
모과차	1.33	0.63	1.56	0.86	1.70	0.91	1.52	0.82	3.49	.016
생강차	1.31	0.67	1.51	0.85	1.58	0.80	1.56	0.82	2.18	.090
국화차	1.33	0.73	1.34	0.76	1.41	0.77	1.36	0.81	0.21	.888
대추차	1.38	0.77	1.64	0.84	1.72	0.97	1.84	0.9	3.55	.015
인삼차	1.36	0.72	1.45	0.70	1.67	0.95	1.84	1.17	3.82	.010
울무차	2.35	1.13	1.91	0.97	1.70	0.91	2.16	1.24	6.87	.000
쌍화차	1.38	0.73	1.35	0.79	1.41	0.72	1.60	0.86	0.70	.549
매실차	2.10	1.12	2.27	1.27	2.11	1.09	2.08	1.41	0.48	.691
뽕잎차	1.27	0.68	1.28	0.68	1.34	0.77	1.48	0.87	0.64	.584
구기자차	1.26	0.58	1.28	0.65	1.41	0.87	1.40	0.70	0.96	.411
오미자차	1.35	0.73	1.44	0.84	1.39	0.90	1.40	0.70	0.22	.878
둥글레차	2.10	1.29	1.75	1.03	1.82	1.06	1.56	0.96	2.68	.050
미숫가루	2.23	1.12	2.01	1.17	2.06	1.15	1.68	1.06	1.76	.154

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

직업별에 따른 전통음료의 섭취빈도 차이를 분석한 결과, ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.001), ‘식혜’(p<0.001), ‘수정과’(p<0.01), ‘대추차’(p<0.05), ‘인삼차’(p<0.01), ‘울무차’(p<0.001), ‘둥글레차’(p<0.05), ‘미숫가루’(p<0.05) 항목이 p<0.05의 유의수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. ‘녹차’, ‘쌀음료’, ‘유자차’, ‘모과차’, ‘생강차’, ‘국화차’, ‘쌍화차’, ‘매실차’, ‘뽕잎차’, ‘구기자차’, ‘오미자차’는 직업별로 차이가 없는 것으로 나타났다.

차이가 있는 항목 중에서 ‘홍차’항목에서는 학생(2.39점)이 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며 다음으로 전문직(1.38점), 회사원(1.92점), 기타(1.80점), 주부(1.53점) 순으로 나타났다. ‘꿀차’항목에서는 전문직(2.11점)이 가장 높은 섭취빈도를 다음으로 기타(2.05점), 학생(1.98점), 회사원(1.88점), 주부(1.51점)순으로 나타났으며, ‘식혜’

항목에서는 학생(2.60점)이 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, 다음으로 전문직(2.34점), 기타(2.25점), 회사원(2.09점), 주부(1.88점)순으로 나타났다. ‘수정과’항목에서는 전문직(2.15점)이 가장 높은 섭취빈도를 ‘대추차’항목에서는 기타(1.90점)가 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, ‘인삼차’항목에서는 회사원(1.80점)이 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있다. 또한 ‘율무차’, ‘둥굴레차’, ‘미숫가루’항목에서는 학생(2.48점, 2.17점, 2.33점)이 가장 높게 나타났다.

각 항목별로 살펴보았을 때 전반적으로 고른 전통음료 높은 섭취빈도를 보이고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 직업별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도

항 목	직 업										F	P
	학생		주부		전문직		회사원		기타			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.41	1.18	3.28	1.48	3.19	1.62	3.73	1.41	3.70	1.41	1.20	.307
홍차	2.39	1.25	1.53	0.96	2.34	1.38	1.92	0.94	1.80	1.05	9.69	.000
꿀차	1.98	0.94	1.51	0.87	2.11	0.99	1.88	0.83	2.05	1.09	5.36	.000
식혜	2.60	1.02	1.88	0.94	2.34	1.09	2.09	0.90	2.25	1.20	7.57	.000
수정과	1.82	0.97	1.55	0.79	2.15	1.08	2.02	0.89	1.80	0.83	4.04	.003
쌀음료	2.09	1.11	1.72	0.93	2.00	0.93	2.02	0.94	1.85	1.04	2.11	.079
유자차	2.05	1.00	1.85	0.99	1.88	0.95	2.14	1.04	2.05	1.23	0.94	.439
모과차	1.34	0.63	1.56	0.83	1.61	0.89	1.66	0.92	1.60	0.94	1.84	.120
생강차	1.36	0.74	1.44	0.75	1.61	0.85	1.57	0.76	1.70	1.03	1.35	.249
국화차	1.31	0.67	1.38	0.77	1.38	0.85	1.33	0.78	1.50	0.88	0.33	.855
대추차	1.40	0.80	1.59	0.83	1.61	0.75	1.88	1.01	1.90	1.07	3.06	.017
인삼차	1.35	0.71	1.59	0.91	1.26	0.53	1.80	0.89	1.40	0.82	3.37	.010
율무차	2.48	1.12	1.88	1.03	1.76	0.95	1.73	0.82	1.75	0.96	7.03	.000
쌍화차	1.40	0.76	1.38	0.76	1.23	0.58	1.47	0.74	1.60	0.94	0.77	.540
매실차	2.09	1.12	2.21	1.29	2.03	1.11	2.19	0.99	2.20	1.28	0.24	.910
뽕잎차	1.30	0.71	1.37	0.79	1.11	0.32	1.23	0.57	1.35	0.87	0.89	.469
구기자차	1.27	0.58	1.41	0.83	1.26	0.60	1.16	0.43	1.35	0.74	1.31	.265
오미자차	1.39	0.75	1.52	0.94	1.15	0.46	1.21	0.64	1.30	0.65	2.02	.091
둥글레차	2.17	1.30	1.75	1.05	2.00	1.16	1.61	0.93	1.65	1.04	2.85	.024
미숫가루	2.33	1.13	2.04	1.19	2.03	1.11	1.69	0.86	1.90	1.25	2.60	.036

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

학력별에 따른 전통음료의 섭취빈도 차이를 분석한 결과, ‘홍

차’($p<0.001$), ‘꿀차’($p<0.05$), ‘식혜’($p<0.01$), ‘생강차’($p<0.05$), ‘울무차’($p<0.05$) 항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. ‘녹차’, ‘수정과’, ‘쌀음료’, ‘유자차’, ‘모과차’, ‘국화차’, ‘대추차’, ‘인삼차’, ‘쌍화차’, ‘매실차’, ‘뽕잎차’, ‘구기자차’, ‘오미자차’, ‘등굴레차’, ‘미숫가루’는 학력별로 차이가 없는 것으로 나타났다.

차이를 보이는 항목 중에서 ‘홍차’, ‘꿀차’, ‘식혜’에 대한 섭취빈도는 대학원이상(2.37점, 2.16점, 2.55점)이 가장 높은 섭취빈도를 보였고, 다음으로 대졸(2.04점, 1.77점, 2.22점), 전문대졸(1.73점, 1.68점, 2.18점), 고졸(1.53점, 1.67점, 1.85점)순으로 나타났다. ‘생강차’ 항목에서는 대학원이상(1.72점)이 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, 다음으로 전문대졸(1.62점), 대졸(1.36점), 고졸(1.35점)순으로 나타났다. ‘울무차’ 항목에서는 대졸(2.19점)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 전문대졸(2.02점), 고졸(1.82점), 대학원이상(1.74점)순으로 나타났다. 전반적으로 고학력자일수록 차를 즐겨 마시는 것을 알 수 있다.

<표 4-14> 학력별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도

항 목	학 력								F	P
	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원이상			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.35	1.34	3.34	1.57	3.43	1.33	3.44	1.41	0.09	.965
홍차	1.53	1.02	1.73	1.00	2.04	1.17	2.37	1.30	5.59	.001
꿀차	1.67	1.04	1.68	0.84	1.77	0.87	2.16	1.08	2.87	.036
식혜	1.85	0.94	2.18	1.07	2.22	0.99	2.55	1.11	3.88	.009
수정과	1.62	0.84	1.85	1.06	1.69	0.83	2.02	0.98	2.10	.099
쌀음료	1.78	1.00	2.04	1.02	1.88	0.98	1.93	1.07	0.71	.544
유자차	1.91	1.06	1.98	1.05	2.00	1.00	1.90	0.97	0.16	.920
모과차	1.58	0.92	1.69	0.89	1.40	0.70	1.51	0.82	2.20	.087
생강차	1.35	0.61	1.62	0.94	1.36	0.68	1.72	0.93	3.80	.011
국화차	1.30	0.68	1.52	0.94	1.36	0.72	1.18	0.58	1.91	.127
대추차	1.64	0.92	1.75	0.88	1.48	0.82	1.65	0.92	1.75	.155
인삼차	1.53	0.89	1.71	1.00	1.42	0.72	1.46	0.79	1.97	.117
율무차	1.82	1.02	2.02	1.02	2.19	1.10	1.74	0.97	3.03	.030
쌍화차	1.39	0.70	1.44	0.84	1.38	0.75	1.39	0.72	0.10	.955
매실차	2.16	1.34	2.40	1.26	2.09	1.10	2.00	1.09	1.42	.237
뽕잎차	1.39	0.88	1.34	0.74	1.28	0.66	1.23	0.64	0.51	.676
구기자차	1.37	0.77	1.36	0.83	1.28	0.60	1.30	0.67	0.30	.823
오미자차	1.46	0.93	1.46	0.90	1.38	0.77	1.23	0.57	0.88	.450
둥글레차	1.58	0.94	1.79	1.03	1.98	1.22	2.04	1.23	2.02	.110
미숫가루	1.87	1.17	2.30	1.22	2.13	1.11	1.79	1.03	2.51	.058

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

월평균소득에 따른 전통음료의 섭취빈도 차이를 분석한 결과, ‘홍차’(p<0.001), ‘모과차’(p<0.05), ‘생강차’(p<0.05), ‘율무차’(p<0.001), ‘둥글레차’(p<0.05), ‘미숫가루’(p<0.05) 항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

유의를 보이는 항목 중에서 ‘홍차’, ‘율무차’, ‘둥글레차’는 100만원(2.33점, 2.33점, 2.11점)이 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, 그 외는 고른 섭취빈도를 보이는 것으로 나타났다. ‘생강차’, ‘미숫가루’항목에서는 100-149만원(1.69점, 2.41점)이 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, ‘모과차’항목에서는 200-249만원(1.82점)으로 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, 다음으로 100-149만원(1.74점), 300만원(1.58점), 250-299만원(1.51

점), 100만원이하(1.39점), 150-199만원(1.32점)순으로 나타났다. 분석 결과 전반적으로 고른 섭취빈도를 보이고 있는 것으로 보아 소득에 따라 크게 차이가 없는 것을 알 수 있다.

<표 4-15> 월평균소득별에 따른 시판전통음료의 섭취빈도

항 목	월평균소득												F	P
	100만원		100-149만원		150-199만원		200-249만원		250-299만원		300만원			
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.54	1.21	3.30	1.55	3.18	1.55	3.24	1.35	3.18	1.41	3.55	1.46	0.85	.513
홍차	2.33	1.25	1.69	0.95	1.81	1.16	1.65	1.00	1.51	0.84	1.78	1.12	4.55	.001
꿀차	1.83	0.91	1.76	1.03	1.65	0.83	1.86	0.99	1.59	0.97	1.87	0.99	0.64	.664
식혜	2.36	1.01	2.05	1.05	2.00	1.09	2.24	1.09	2.07	1.03	2.18	0.98	1.15	.333
수정과	1.74	0.89	1.74	0.84	1.71	0.93	1.96	1.11	1.62	0.83	1.80	0.90	0.45	.809
쌀음료	1.96	0.99	2.00	1.07	1.73	0.86	2.24	1.24	2.03	1.01	1.69	0.93	1.76	.121
유자차	2.05	1.00	2.10	0.99	1.71	0.88	2.24	1.21	1.88	0.93	1.84	1.06	1.54	.174
모과차	1.39	0.69	1.74	0.99	1.32	0.62	1.82	1.03	1.51	0.80	1.58	0.84	2.64	.023
생강차	1.30	0.65	1.69	1.02	1.34	0.52	1.65	0.89	1.48	0.64	1.60	0.91	2.58	.026
국화차	1.30	0.64	1.53	0.99	1.34	0.80	1.37	0.90	1.37	0.56	1.35	0.75	0.54	.742
대추차	1.46	0.80	1.58	0.88	1.67	0.94	1.96	1.08	1.40	0.57	1.64	0.89	1.90	.093
인삼차	1.35	0.68	1.58	0.90	1.57	0.88	1.89	1.17	1.48	0.57	1.52	0.84	2.22	.052
율무차	2.33	1.13	2.12	1.08	1.79	0.95	2.24	1.02	1.77	0.89	1.66	0.95	4.64	.000
쌍화차	1.36	0.69	1.46	0.82	1.46	0.91	1.62	0.90	1.18	0.48	1.36	0.71	1.10	.357
매실차	2.15	1.15	2.25	1.27	2.00	1.19	2.27	1.16	2.40	1.39	2.07	1.12	0.58	.715
뽕잎차	1.22	0.58	1.61	1.01	1.30	0.71	1.24	0.63	1.29	0.82	1.32	0.70	1.77	.117
구기자차	1.25	0.54	1.51	0.91	1.26	0.72	1.31	0.76	1.14	0.36	1.44	0.81	1.62	.152
오미자차	1.36	0.72	1.53	0.94	1.46	1.04	1.34	0.76	1.25	0.59	1.38	0.76	0.52	.759
둥글레차	2.11	1.29	2.02	1.11	1.61	1.03	1.79	1.01	1.33	0.67	1.86	1.10	2.96	.013
미숫가루	2.30	1.15	2.41	1.20	1.85	1.22	1.86	1.18	1.81	0.83	1.86	1.04	2.92	.013
*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001														

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 4-16>에서 나타난 바와 같이 결혼여부에 따른 전통음료의 섭취빈도에 관한 차이분석(독립성 검정 t-test)을 실시한 결과 ‘홍차’(p<0.001), ‘꿀차’(p<0.05), ‘식혜’(p<0.001), ‘모과차’(p<0.05), ‘대추차’(p<0.001), ‘인삼차’(p<0.05), ‘율무차’(p<0.001), ‘둥글레차’(p<0.001), ‘미숫가루’(p<0.01) 항목이 p<0.05의 유의수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

차이를 보이는 항목에서 ‘홍차’(미혼 2.36점, 기혼 1.68점), ‘꿀차’(미혼

1.94점, 기혼 1.69점), ‘식혜’(미혼 2.51점, 기혼 2.00점), ‘울무차’(미혼 2.32점, 기혼 1.86점), ‘등글레차’(미혼 2.15점, 기혼 1.72점), ‘미숫가루’(미혼 2.29점, 기혼 1.95점)’가 미혼이 기혼보다 더 높은 섭취빈도를 보이는 것으로 나타났다. 반면에 ‘모과차’(미혼 1.37점, 기혼 1.59점), ‘대추차’(미혼 1.36점, 기혼 1.72점), ‘인삼차’(미혼 1.35점, 기혼 1.59점)에서는 기혼이 미혼보다 더 높은 섭취빈도를 보이는 것을 알 수 있다.

<표 4-16> 결혼여부에 따른 시판전통음료의 섭취빈도

항 목	결 혼 여 부				t	P
	미 혼		기 혼			
	Mean	SD	Mean	SD		
녹차	3.44	1.18	3.38	1.50	0.36	.713
홍차	2.36	1.25	1.68	1.02	5.27	.000
꿀차	1.94	0.91	1.69	0.94	2.31	.021
식혜	2.51	1.03	2.00	0.99	4.33	.000
수정과	1.85	0.94	1.70	0.89	1.40	.162
쌀음료	2.05	1.04	1.82	0.97	1.92	.055
유자차	1.37	0.68	1.59	0.86	1.10	.272
모과차	1.37	0.68	1.59	0.86	-2.42	.016
생강차	1.35	0.74	1.52	0.79	-1.92	.055
국화차	1.33	0.72	1.38	0.77	-0.57	.565
대추차	1.36	0.73	1.72	0.92	-3.60	.000
인삼차	1.35	0.68	1.59	0.89	-2.53	.012
울무차	2.32	1.13	1.86	0.99	3.75	.000
쌍화차	1.33	0.69	1.44	0.79	-1.15	.250
매실차	2.09	1.14	2.19	1.20	-0.76	.447
뽕잎차	1.25	0.66	1.34	0.75	-1.10	.271
구기자차	1.25	0.57	1.36	0.76	-1.32	.186
오미자차	1.34	0.72	1.42	0.85	-0.83	.404
등글레차	2.15	1.27	1.72	1.03	3.28	.001
미숫가루	2.29	1.11	1.95	1.14	2.62	.009

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제4절 요인분석

음료에 대한 인식에 관한 15가지 항목 중에서 서로 상관성이 결여되는 변수 ‘광고를 통해 접해 친숙하다’, ‘구입하기 용이하다’, 의 항목을 제외한 13가지의 높은 상관관계를 가져 비슷한 특성을 나타내는 변수들을 묶어서 변수를 축소하는 요인 분석을 실시하였다. 예를 들어 ‘향이 좋다’라는 항목과 ‘색이 좋다’라는 항목은 상관 성분분석을 시행한 결과 음료의 종류에 관계없이 상관관계가 높게 나타나 하나의 항목으로 묶일 수 있다. 요인추출법은 일반적으로 사용되는 주성분 분석방법에 의하였고, 요인회전은 직교회전을 한 후 음료 종류별로 고유치가 큰 순서로 3개의 요인을 추출하였다.

본 연구에서 시판전통음료에 대한 인식을 유형화하여 요인을 추출한 주된 목적은 시판전통음료에 대한 인식이 섭취에 영향을 주는가를 분석하기 위한 것이었다.

‘향이 좋다’, ‘색이 좋다’, ‘기호식품이다’, ‘좋은 느낌이다’, ‘계절에 따라 즐길 수 있다’의 항목을 기호요인라고 하였으며, ‘영양적으로 우수하다’, ‘건강에 도움이 된다’, ‘안심하고 섭취할 수 있다’, ‘다이어트에 좋다’의 항목을 건강요인라고 하였으며, ‘경제적이다’, ‘갈증해소에 도움이 된다’, ‘습관적으로 마신다’, ‘맛이 좋다’의 항목을 실용요인으로 명명하였다.

<표 4-17>은 시판전통음식의 인식에 대한 요인분석의 결과를 제시하고 있다.

<표 4-17> 시판전통음료의 인식의 요인 분석

요인	변수	Cronbach's α	요인 적재량	고유값	분산(%)	누적 분산(%)
기호	향이좋다	0.749	0.804	4.072	29.08	29.08
	색이좋다		0.757			
	기호식품이다		0.647			
	좋은느낌이다		0.589			
	계절에따라즐길수있다		0.527			
건강	영양적으로우수하다	0.7951	0.829	2.015	14.39	43.47
	건강에도움이된다		0.827			
	안심하고섭취할수있다		0.683			
	다이어트에좋다		0.649			
실용	경제적이다	0.622	0.691	1.295	9.25	52.72
	갈증해소에도움이된다		0.652			
	습관적으로마신다		0.649			
	맛이좋다		0.572			

시판전통음료에 대한 인지도가 섭취빈도와 의 영향관계를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하고, 다중회귀분석을 한 결과 <표 4-18>에서 보는 바와 같은 결과를 도출했다. <표 4-18>에서 보는 바와 같이 요인분석결과 얻어진 요인들의 다중회귀분석을 실시한 결과, 섭취빈도가 가장 높았던 ‘녹차’섭취빈도와 의 영향관계에서 종속변수인 녹차섭취빈도에 대한 전체 설명력(R^2)은 4.6%로 나타났다.

또한 회귀식에 대한 통계적 유의성을 나타내는 F통계량 값은 6.180이고 유의도가 $p < 0.001$ 이다. ‘기호요인’, ‘실용요인’이 $p < 0.001$ 유의수준에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다.

각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 녹차섭취빈도에 영향을 미치는 변수 중 β 계수 값이 0.190으로 크게 나타난 ‘실용요인’이 가장 영향력이 큰 항목임을 알 수 있다.

<표 4-18> 시판 전통음료가 녹차섭취빈도에 미치는 영향

종속변수	요 인	R ²	F	P	β	t	P
녹차 섭취빈도	기호	0.046	6.180	0.000	0.108	1.970	0.050
	건강				0.088	1.618	0.107
	실용				0.190	3.470	0.001

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

시판전통음료에 대한 인지도가 섭취빈도와 의 영향관계를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하고, 다중회귀분석을 한 결과 <표 4-19>에서 보는 바와 같은 결과를 도출했다. 시판전통음료에 대한 요인은 전반적인 섭취 빈도의 영향관계에서 종속변수인 섭취빈도에 대한 전체 설명력(R²)은 3.5%로 나타났다.

또한 회귀식에 대한 통계적 유의성을 나타내는 F통계량 값은 4.837이고 유의도가 p<0.01이다. 또한 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 섭취빈도에 영향을 미치는 변수 중 β 계수 값이 0.167로 크게 나타난 ‘실용요인’가 가장 영향력이 큰 항목임을 알 수 있다.

<표 4-19> 시판 전통음료가 섭취빈도에 미치는 영향

종속변수	요 인	R ²	F	P	β	t	P
섭취빈도	기호	0.035	4.837	0.003	0.119	2.155	0.032
	건강				-0.045	-0.809	0.419
	실용				0.167	3.035	0.003

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

제5절 기대수준과 지각수준간의 평균순위와 쌍체 t-검증

전통음료에 대한 기대수준(A1-18)과 지각수준(B1-18)간에는 어떠한 유의적인 차이가 있는지를 밝히기 위해 쌍체 t-검증을 실시한 결과는 <표 4-19>에서 보는 바와 같이 나타났다.

기대와 지각항목에 있어서 쌍체 차이검증의 결과 전체 항목에서 p<0.001 유

의수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

기대속성(중요도)의 평균에 의한 순위 분석 결과, ‘유통(3.97)’, ‘신선(3.91)’, ‘위생(3.90)’, ‘맛(3.89)’, ‘포장(3.86)’, ‘건강(3.84)’, ‘안전(3.75)’에 대해 특히 중요시 여기고 있었다. 하지만, ‘양(3.35)’, ‘색상(3.26)’에서는 상대적으로 중요성인식에 있어 낮은 순위를 나타냈다.

또한 전통음료의 지각속성(만족도) 평균을 살펴보면 ‘포장(3.27)’, ‘맛(3.26)’, ‘온도(3.21)’, ‘유통(3.20)’, ‘계절(3.18)’에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 ‘영양(2.95)’, ‘가격(2.92)’에서는 상대적으로 낮은 순위를 나타내 만족하지 못하는 것을 알 수 있다.

<표 4-20> 시판전통음료 기대수준-지각수준 간의 쌍체 t-검증

변 수	기대 (중요도)		지각 (만족도)		중요도- 만족도 평균	t값	p값
	평균	순위	평균	순위			
1. 맛	3.89	4	3.26	2	0.63	12.06	.000
2. 양	3.35	17	3.13	9	0.22	4.72	.000
3. 향	3.61	10	3.15	7	0.46	9.25	.000
4. 가격	3.59	12	2.92	18	0.67	10.59	.000
5. 영양	3.69	9	2.95	17	0.74	11.02	.000
6. 위생	3.90	3	3.15	8	0.75	11.97	.000
7. 색상	3.26	18	3.07	13	0.19	3.78	.000
8. 온도	3.49	14	3.21	3	0.28	5.32	.000
9. 기능	3.43	15	3.03	14	0.40	7.10	.000
10. 안전	3.75	7	3.09	12	0.66	10.78	.000
11. 계절	3.60	11	3.18	5	0.42	8.08	.000
12. 건강	3.84	6	3.09	11	0.75	11.89	.000
13. 신선	3.91	2	3.15	6	0.76	12.54	.000
14. 갈증	3.53	13	2.98	16	0.55	9.71	.000
15. 성분	3.74	8	3.02	15	0.72	10.79	.000
16. 유통	3.97	1	3.20	4	0.77	12.58	.000
17. 포장	3.86	5	3.27	1	0.59	10.21	.000
18. 용기	3.40	16	3.12	10	0.28	4.88	.000
전체 평균	3.66		3.11				

제6절 시판 전통음료의 「중요도-실행도」 분석

「중요도-실행도」 분석은 이용객 만족도를 측정하기 위하여 우선 이용객이 어떤 속성을 중요하게 여기는 지를 조사한 뒤 이용 전에는 각 속성의 중요도를 이용 후에는 실행도를 이용객 스스로가 평가하게 하여, 각각의 속성을 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 기법이다(Oh, 2001). 「중요도-실행도」 분석은 [그림 4-1]과 같이 평가요소의 중요도(importance)와 실행도(performance)를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고, 그 위치에 따라 의미를 부여한다. 「중요도-실행도」는 중심점을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 다음과 같이 표시된다(최기종·박상현, 2001).

		실행도(고)			
중요도 (저)		과잉노력지양 (Possible overkill) 2사분면		좋은 성과 지속유지 (Keep up the Work) 1사분면	중요도 (고)
		낮은 중요도 (Low Priority) 3사분면		노력집중화의 지향 (Concentrate Here) 4사분면	
		실행도(저)			

자료 : Martilla et al(1977), pp, 13-17. 김성섭·임재문·이형룡(2001)에서 인용
 [그림 4-1] 「중요도-실행도」 분석 매트리스

첫째, 제1사분면(좋은 성과 지속유지 : keep up the good work) : 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 실행도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 제2사분면(과잉노력지양 : possible overkill) : 이용자들이 중요하게 생

각하고 있지 않는 평가속성에 대해 실행도가 과잉되게 나타난 상태로 실행도를 줄이거나 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 할 것이다.

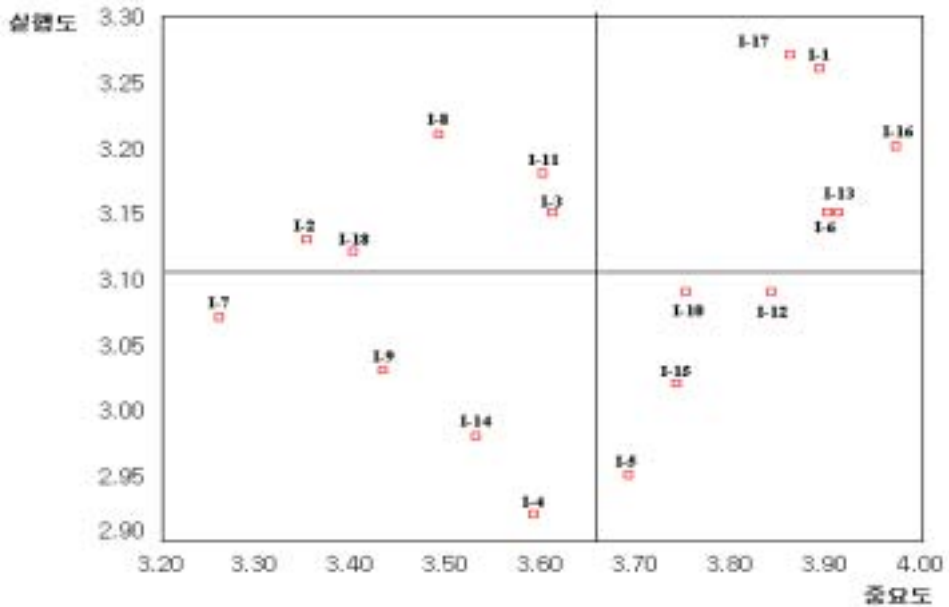
셋째, 제3사분면(낮은 중요도 : low priority) : 이용자들의 평가속성에 대한 중요도를 낮게 평가하고 있고 실행도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들이다.

넷째, 제4사분면(노력집중화의 지향 : concentrate here) : 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 실행도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성들이다.

이렇듯 「중요도-실행도」 분석의 유용성은 바로 우선순위의 항목을 도출해 내는 것이다. 중요도와 실행도 매트릭스는 정해진 인력과 예산으로 해결해야 될 사항을 결정하는 데, 유용한 정보를 제공하며, ‘집중’면에 속한 항목들이 개선의 우선 대상이 된다.

최근 개발되고 있는 분석기법은 갈수록 전문적이고 복잡해지고 있고, 이러한 기법들은 양질의 결과를 제공하지만, 고도의 하드웨어와 소프트웨어가 구비되어야 하고, 또한 기법을 습득하는데 많은 노력이 필요하다는 단점이 있다. 그러나 「중요도-실행도」는 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있기 때문에 시간과 비용의 한계를 안고 있는 실무 담당자에게 매우 유용하다(Duke & Persia, 1996). 「중요도-실행도」에서 중심점은 평가요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는 결정요소이므로 매우 중요한데 선행연구자들은 크게 4가지 방법으로 설명하고 있는데 본 연구에서는 평가속성의 평균값의 최대값과 최소값의 중앙값을 이용(Vaske, Beaman, Stanley & Grenier, 1996; Duke & Persia, 1996)하여 IPA 격자 평균값(mean)을 가지고 접점을 잡았다(Oh, 2001; 김성섭 외, 2001). 평가속성의 평균값의 최소값과 최대값의 중앙값을 이용하는 경우는 우선 각 평가속성에 대해서 평균값을 구하고, 그 최대값과 최소값을 「중요도-실행도 분석」 매트릭스의 범위로 설정하고, 중심점은 최대값과 최소값의 중앙값으로 결정하는 방법이다. 따라서 본 연구에서는 시판전통음료에서 얻고자 하는 속성들에 대한 현실적 관리방안을 제공하기 위

해 [그림 4-2]에서와 같이 각 변수수의 중요도와 실행도의 평균값을 이용하여 IPA 격자에 표시하였다.



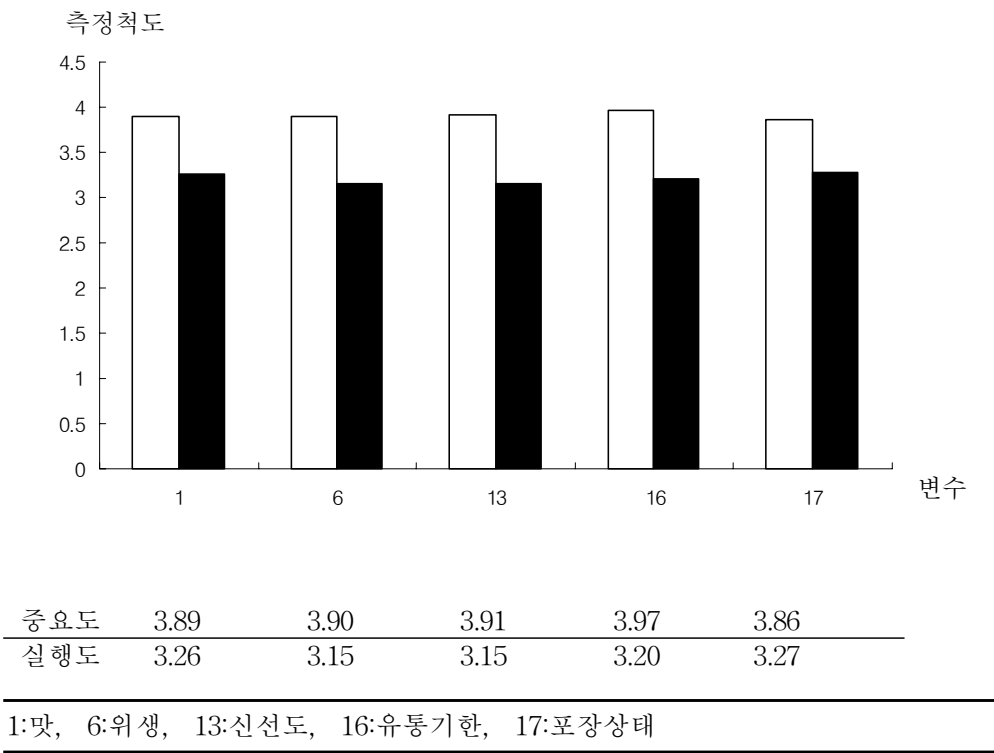
I1:맛, I2:양, I3:향, I4:가격, I5:영양, I6:위생, I7:색상, I8:온도, I9:기능성, I10:안전성, I11:계절성, I12:건강성, I13:신선도, I14:갈증해소, I15:성분표시, I16:유통기한, I17:포장상태, I18:포장요기모양

[그림 4-2] 시판전통음료의 「중요도-실행도」 분석결과

1) 제1사분면(좋은 성과 지속유지)

높은 중요도에 따라 실행도도 매우 높게 나타난 결과이다([그림 4-3]). 그 변수로는 ‘맛’, ‘위생’, ‘신선도’, ‘유통기한’, ‘포장상태’등으로 중요하다고 여기는 한편 성취도도 높게 나타나 이러한 속성들이 시판전통음료를 이용하는 이용객들이 높게 지각하고 있는 것을 나타낸다. 따라서 이 변수들은 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 한다고

생각된다.

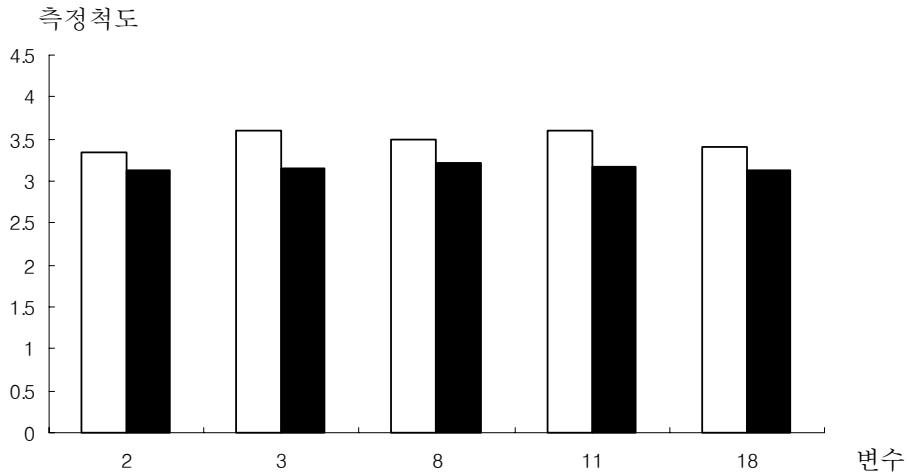


[그림 4-3] 제1사분면(좋은 성과 지속유지)

2) 제2사분면(과잉노력 지양)

이미지 속성의 중요한 항목으로 인식하고 있지 않은 반면 그 실행도는 매우 높게 나타나 이러한 속성부문에 대하여 시정이 필요하다고 여겨지는 부문으로 그 변수로는 ‘양’, ‘향’, ‘온도’, ‘계절성’, ‘포장용기모양’ 등이 있다.

따라서 ‘양’을 줄이거나 ‘포장용기모양’ 개발에 투입되는 비용을 줄이고 오히려 질적인 부분에 많은 노력이 필요하다고 사료된다.



중요도	3.35	3.61	3.49	3.60	3.40
실행도	3.13	3.15	3.21	3.18	3.12

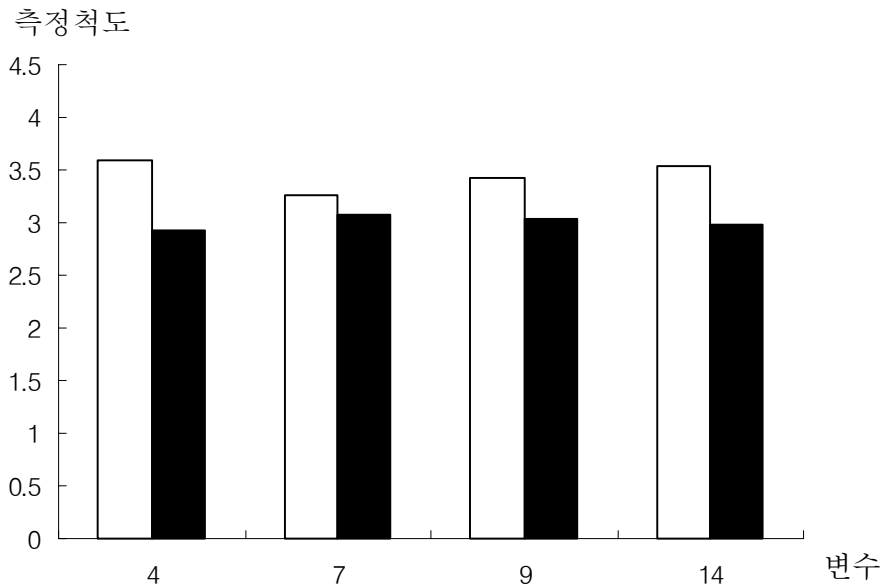
2:양, 3:향, 8:온도, 11:계절성, 18:포장용기모양

[그림 4-4] 제2사분면(과잉노력 지양)

3) 제3사분면(낮은 우선 순위)

실질적으로 중요도와 실행도의 변수가 모두 낮게 나타나는 변수들이다. 그 변수들로는 ‘가격’, ‘색상’, ‘기능성’, ‘갈증해소’등이 있다.

단지 ‘가격’이나 ‘갈증해소’ 등의 마케팅전략으로는 음료의 시장 확대를 가져올 수 없는 시점에 이르렀다고 여겨지며 따라서 전통음료의 ‘가격’, ‘색상’, ‘기능성’, ‘갈증해소’ 등을 개선하기위한 투자비용은 현재 이상의 노력은 불필요하다고 사료된다.



중요도	3.59	3.26	3.43	3.53
실행도	2.92	3.07	3.03	2.98

4:가격, 7:색상, 9:기능성, 14:갈증해소

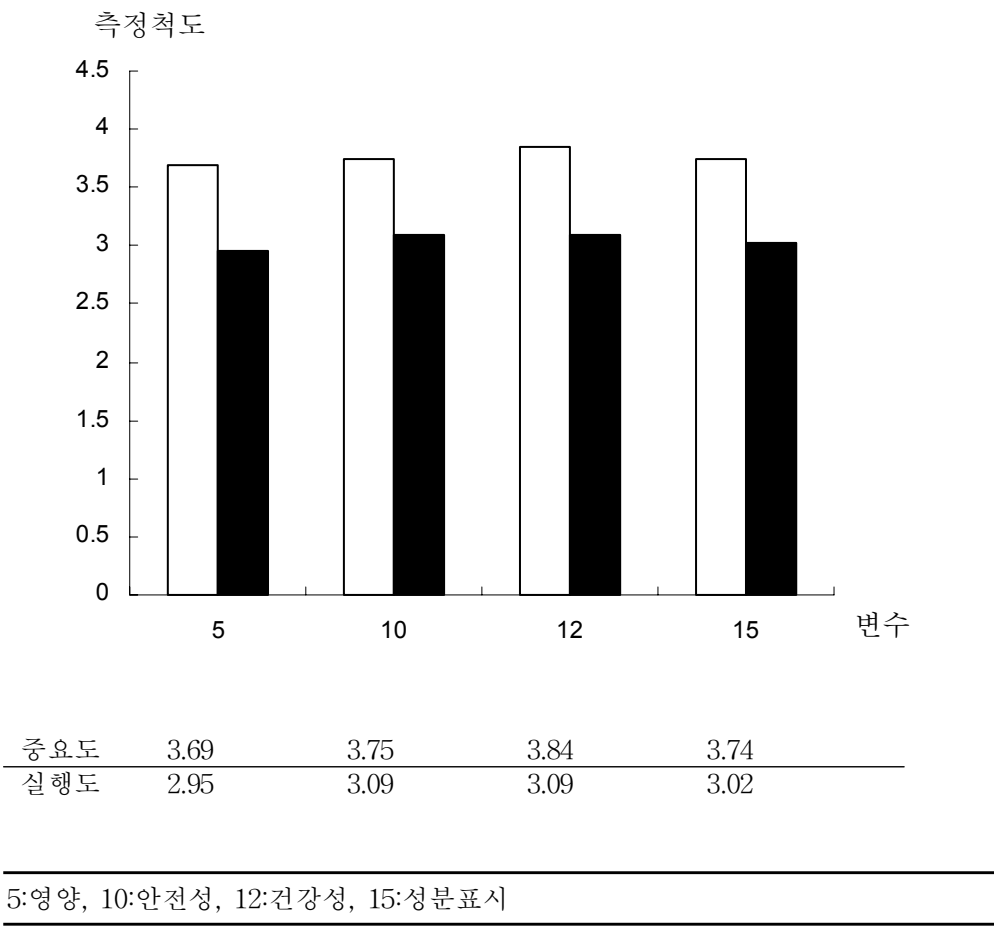
[그림 4-5] 제3사분면(낮은 우선 순위)

4) 제4사분면(여기에 집중)

이 부문에 대해서는 집중적인 관리 및 운영을 해야 하는 항목들이다. 시판 전통음료의 이용객들이 중요하다고 느끼는 반면에 전체적인 실행도는 기대치에 미치지 못하는 결과를 낳고 있기 때문이다. 그 변수들로는 ‘영양’, ‘안전성’, ‘건강성’, ‘성분표시’등이 있다.

따라서 시판전통음료의 ‘영양’, ‘건강성’에 대한 것과 ‘안전성’, ‘성분표시’

등은 시급히 개선해야 하는 속성들이다.



[그림 4-6] 제4사분면(여기에 집중)

제 5 장 결 론

제1절 연구의 요약

본 연구의 결과가 모든 시판전통음료를 이용하는 이용객들의 생각을 대변한다고 할 수는 없으나, 좀 더 일반화된 시판전통음료를 위해 그들의 의견을 중심으로 방안을 제시하고자 한다.

본 연구는 시판전통음료를 이용하는 이용객들의 시판전통음료의 실태에 관한 연구로서 시판전통음료에 대한 개념 및 이론적 배경, 이용객들이 인식하고 있는 변수가 실질적으로 영향을 미치는 요인을 도출하고, 또한 미치는 영향관계를 규명하고자 하였다.

본 연구에서는 기존의 선행연구를 확장하여 검증하고 실증분석을 실시하는데 의미를 두고 있다. 이미 조사설계 및 실증분석에서 시판전통음료의 지각된 인식에 대한 변수들을 요인 분석하여 요인들 간의 영향관계에 대한 가설검증과 영향관계에 대한 모델 적용이 적합한 것으로 분석되었다.

본 연구내용을 요약하며 다음과 같다.

첫째, 시판 전통음료의 전반적인 기호도 분석결과 연령별, 직업별, 학력별, 월평균소득, 결혼여부에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났으나 성별에서는 남자(3.43점)에 비해 여자(3.65점)가 높은 기호도를 보이는 것을 알 수 있었다.

둘째, 조사대상자들의 전통음료에 대한 전반적인 섭취빈도 평가 결과는 직업별, 학력별, 월평균소득, 결혼여부에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면 성별, 연령별에 따라서는 $p < 0.05$ 의 유의수준에서 유의한 차이를 보였다. 차이를 보이는 항목인 성별에 있어서는 남자(3.43점)에 비해 여자(3.65)가 높은 섭취빈도를 보이고 있으며, 연령별에 있어서는 40대(3.56점)가 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있으며 다음으로는 30대(3.54점), 50대(3.52점), 20대(3.07점)순으로 나타났다.

셋째, 쌍체 차이검증의 결과 전체항목에서 성과(만족도)가 기대(중요도)보다 낮은 것으로 나타나 기대와 성과가 불일치를 보이는 것으로 나타났다.

넷째, 중요도-실행도 분석결과 ‘맛’, ‘위생’, ‘신선도’, ‘유통기한’, ‘포장상태’ 등의 변수들은 지속적으로 유지시켜 주어야 하며, 개선이 필요하다고 여겨지는 변수로는 ‘양’, ‘향’, ‘온도’, ‘계절성’, ‘포장용기모양’ 등의 변수가 있었다. 또한 집중적인 관리 및 운영을 해야 하는 항목들로는 ‘영양’, ‘안전성’, ‘건강성’, ‘성분표시’가 있었다.

다섯째, 시판전통음료의 인지도에 관한 요인을 분석한 결과 ‘기호요인’, ‘실용요인’, ‘건강요인’등 3개의 요인으로 나타났다. 시판전통음료에 대한 인지도가 섭취빈도와는 영향관계를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하고, 다중회귀분석을 한 결과, 섭취빈도가 가장 높았던 ‘녹차’섭취빈도와는 영향관계에서 종속변수인 녹차섭취빈도에 대한 전체 설명력(R^2)은 4.6%로 나타났으며, 회귀식에 대한 통계적 유의성을 나타내는 F통계량 값은 6.180이고 유의도가 $p < 0.001$ 의 결과를 얻었다.

제2절 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 시판전통음료에 대한 섭취실태와 시판전통음료에 대한 인식을 조사하여 시판전통음료의 영향관계에 대한 분석결과 크게 세 가지 한계점을 제시할 수 있다.

첫째, 시판전통음료의 이미지에만 치중된 연구였으므로 차후 연구에서는 여러 시장세분화 변수들과 기타 다른 속성들 간에 비교·분석을 실시한다면 더욱 많은 시사점을 도출할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 연구대상 표본의 선정에 있어서 대구, 경북 인근지역의 일반인을 대상으로 모집단을 한정, 선정하였기 때문에 표본 증가에 한계가 있어 시판전통음료에 대한 본 연구의 결과를 일반화시키는 데는 다소 문제가 있다고 판단된다. 즉, 앞으로의 연구에서는 다른 지역과 다양한 이용객들에 대한 연구가 이루어져야 할 것이다.

< 참 고 문 헌 >

* 국내문헌

- 강인희(1984), 한국식생활풍습, 삼영사, pp88-89.
- 고영수 · 이인숙(1985), HPLC에 의한 증자와 볶음 녹차중의 유리아미로산과 유리당의 정량, 한국영양식량학회지, 14권 301, 한국영양식량학회.
- 권태완 · 김경임 · 남주형(1973), 오미자의 일반성분, 유기산 및 Anthocyanin 색소에 관해, 한국식품과학회지, 5권 3호 178,
- 권하영 · 윤숙경(1995), 안동식혜의 저장안정성에 관한 연구, 한국조리과학회지 11, 287.
- 김광옥 · 남상주(1989), 재료의 양과 감미료를 달리한 식혜의 관능적 특성, 한국식품과학회지, 24, 197.
- 김명희 · 박성배(1987), HPLC에 의한 한국산 칙차의 분석, 서울특별시보건환경연구원보, 24권, 136.
- 김미숙 · 한태룡 · 윤혜현(1999), 유색미 식혜를 당화 및 관능적 특성, 한국식품과학회지, 30, 1092.
- 김복선 · 이택수 · 이명환(1984), 식혜의 당화과정 중 성분변화, 한국산업미생물과학회지, 12, pp.125-129.
- 김상용 · 이원종 · 김석신(1987), 잠재적 식혜원료로서 발아유 색미의 특성, 한국식품과학회지 29, 716.
- 김상달 · 도재호 · 오훈일 · 이송재(1981), 인삼엽차의 제조방법이 품질에 미치는 영향, 한국식품과학회지, 3권 4호, 267.
- 김선영(1990), 장수발효에 관여하는 미생물에 관한 연구, 고려대학교 식량개발대학원 석사학위논문.
- 김영민 · 김기태 · 김상호 · 박정희 · 박준영 · 한봉호(1997), 식혜통조림의 가열살균기준설정에 관한 연구, 식품산업과 영양.

- 김중만 · 최용배 · 김수권(2000), 식혜제조 조건이 식혜밥알의 형태에 미치는 영향, 한국식품과학회지학술발표회.
- 문수재 · 조혜정(1978), 식혜에 관한 조리과학적 연구, 대한가정학회지, 16, 43-49.
- 서형주 · 정수현 · 황종연(1997), 쌀보리, 겉보리 및 밀엿기름에 의한 식혜 제조시 특성, 한국식품과학회지, 29, 716.
- 서형주 · 정수현 · 김영순 · 홍대훈 · 이호구(1997), 쌀보리, 겉보리 및 밀을 이용한 엿기름의 특성, 한국식품영양과학회, 26, 3.
- 손정우(1994), 식혜류에 관한 문헌 고찰, 한국 식생활 문화학회지, 9, 231.
- 육철 · 황윤희 · 백운화 · 박관화(1990), 전분 분해효소 첨가와 종이봉지를 이용한 식혜의 제조방법, 한국식품과학회지, 22, 296.
- 윤서석(1987), 한국식품사연구, 신광출판사, 16.
- 윤숙경(1988), 안동식혜의 조리법에 관한 연구 (2) 발효온도와 시간에 따른 이화학적 변화, 한국조리과학회지, 4, 21.
- 윤숙경(1988), 안동식혜의 조리법에 관한 연구 I. 조리법에 따른 사적고찰, 한국식생활문화학회지, 3, 101.
- 이기동 · 김미림 · 김대현(2000), 액화 및 당화효소 첨가에 따른 엿기름의 식혜제조 특성 모니터링, 한국식품영양과학회지, 44.
- 이석호 · 옴김(1991), 조선세시기 ‘동국시세기, 열양시세기, 경도잡지, 동경잡지’, 동문선 문예신서.
- 이성우, 한국식품문화사, 교문사,
- 이시경 · 주현규 · 안종국(1997), 식혜제조시 쌀품종이 당화에 미치는 영향, 한국식품과학회지, 29, 490.
- 이철호 · 김선영(1991), 한국 전통음료에 관한 문헌적 고찰 I, 전통음료의 종류와 제조방법, 한국식문화학회지, 6, 43.
- 이현주 · 손경희 · 이민준(2001), 전통음료 인지도에 관련된 제요인 분석, 한국식생활문화학회, 16, 5.
- 이호지(1994), 한국의 음청류 문화, 한국 식생활 문화 학회 추계 학술 심포지움 자료,

pp.3-11.

- 임성일 · 최정 · 석호문(1991), 전통 안동식혜의 숙성과정 중 성분변화 한국 식품영양과학회지, 20, 381.
- 전은례 · 김정애 · 정난희(1998), 식혜제조과정 중 밥알의 형태변화, 한국조리과학회지 14, 91.
- 조영제 · 석호문 · 최청 · 임성리 · 이우제(1990), 전통안동식혜의 제조공정 확립에 관한 연구, 한국식품과학회지, 22, 724.
- 조영제 · 석호문 · 최청 · 임성일 · 이우제(1991), 전통안동식혜의 저장 안정성에 관한 연구, 한국식품과학회지, 23, 546.
- 최미숙 · 정은희 · 현대선(2002), 충북지역 아동들의 전통음식에 대한 의식과 기호도-명절음식, 떡, 전통음료-, 한국식생활문화학회지, 17, 4.
- 최청 · 손규목 · 우희섭(1992), *Lactobacillus delbreuckii*를 이용한 전통안동식혜의 저장 안정성, 한국식생활문화학회지, 7, 329.
- 최청 · 임성일 · 석호문(1991), 전통안동식혜의 숙성과정 중 성분변화, 한국식품영양과학회지, 20, 4.
- 최청 · 우희섭 · 안봉전 · 조영제 · 김성(1995), 전통안동식혜의 유기산 및 휘발성 향기성분의 변화, 한국식생활문화학회지, 10, 11.
- 최청 · 김성 · 손준호 · 우희섭 · 성태수(1998), 전통 안동식혜로부터 젖산균 및 효모의 분리 및 그 특성, 한국식품과학회지, 30, 941.
- 최청 · 김성 · 이선호 · 최희진 · 조국영(1998), 젖산균 및 효모를 이용한 전통 안동식혜의 성분변화, 한국식품과학회지, 30, 948.
- 최청 · 김성 · 손준호 · 조국영 · 손규목(1998), 안정제에 의한 젖산균 및 효모를 이용한 전통 안동식혜의 저장, 한국식품과학회지, 30, 1394.
- 하동현 · 김동기(2005), 일본인관광객의 한류 이미지를 활용한 관광객유치촉진 방안, 대한관광경영학회.
- 홍만선, 산림경제,민속문화추진위원회.

* 국외문헌

- Amerine MA, Ough CS(1980), Methods for analysis of musts wines, *John Wiley and Sons*, New York, 94-96.
- Clayson D. B., Mehta R. and Iverson F(1994), Oxidative DNA damage-the effects of certain genotoxic and operationally non-genotoxic carcinogens, *Mutation Res* 317, 25-42.
- Gao Y. T., McLaughlin J. K., Blot W. J., Ji B. T., Dai Q. and Fraumeni J. F(1994), Reduced risk of esophageal cancer associated with green tea consumption, *J Natl Cancer Inst* 86, 855-858.
- Hara Y(1994), Prophylatic functions of tea polyphenols, Food Phyto-chemicals for Cancer Prevention II, edited by Ho C. T., Osawa T., Huang M. T., Rosen R. T., Washington D. C, American Chemical Society, 34-50.
- Horwitz, W(1980), Official Methods, of Analysis of the Association or Official Analytical Chemisus, 13th ed., 223.
- Kosikowski FV(1977), Cheese and fermentde milkfoods, 2nd ed., Edward Brothers, Inc Ann Arbor Michigan, 37-42.
- Lowe, belle(1995), *Experimental Cookery* 4th ed., New York, John Wiley and Sons, Inc.
- Mann EJ(1983), Kefir and koumiss, *Dairy Industries In ternational* 48, 9-10.
- Morgan, K, J., Stults, V. J., and Stampley, C. L(1985), Soft Drink Consumption Patterns of The U.S. Population, J. Smer. Diet Assoc., 85, 352-354.
- Murofushi, M., Schomi M, Aibara K(1983), Effeets of orally

administered polysaccharide from kefir grain on delayed type hypersensitivity and tumor growth in mice, *J Med Sci Biol* 36-49.

Nelson, J. A. and Trouut, G. M(1965), Judging Dairy products, *Olsen Publishing Co.*

Ogunil, Cheng S. J., Lin P. Z., Hara Y, and harada N(1991), Epidemiological and experimental studies on protection against cancer risk by Japanese green tea, *International Tea-Health Symposium, Hangzhou, China*, April 24-30.

Sohn O. S., Surace A., Fiala E. S., Richie J., Colosimo S., Zang E. and Weisburger J. H(1994), Effects of green tea and black tea drinking on hepatic xenobiotic metabolizing systems in male F344 rats, *Xenobiotica* 24, 119-127.

Solms, J(1971), Nonvolatile compounds and the flavor of foods, *Gustation and Olfaction*, edited by Ohloff, G, and Thomas, A. F., New York, Academic Press.

Zatonski W. A., Boyle P., Przewonznia K., Maisonneuve P., Droski., and Walker A. M(1993), Cigarette smoking, alcohol, tea and coffee consumption and pancreas cancer risk, A casecontrol study from Opole, Poland, *Int J cancer* 53, 601-607.

설 문 지

--	--	--

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 설문조사에 응해주신데 대하여 진심으로 감사드립니다.

본 설문조사는 “시판 전통음료의 품질에 대한 기대와 만족에 관한 연구”에 대한 자료를 수집하기 위한 것입니다.

귀하의 솔직하고 성의 있는 답변은 본 연구를 수행하는데 매우 귀중한 자료가 되고 큰 도움이 될 것입니다.

본 설문지는 통계법 8조에 의거, 사적 비밀이 보장되며 순수하게 연구 목적 이외에는 사용되지 않으므로 솔직하게 한 문항도 빠짐없이 답해 주시기 바랍니다.

귀중한 시간 할애해 주셔서 대단히 감사합니다.

2005. 4

지도교수 : 경주대학교 대학원 호텔외식경영학과
이연정

연락처 : 054 - 770 - 5372

연구자 : 경주대학교 산업경영대학원 호텔외식경영학과 석사과정
서정순

연락처 : 011 - 819 - 0172

I. 귀하가 알고 계시는 시판 전통음료의 인식에 관한 설문입니다.
아래사항에 ○표하여 주십시오.

설문내용	인식				
	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 건강에 도움이 된다	1	2	3	4	5
2. 영양적으로 우수하다	1	2	3	4	5
3. 안심하고 섭취할 수 있다	1	2	3	4	5
4. 습관적으로 마신다	1	2	3	4	5
5. 경제적이다	1	2	3	4	5
6. 맛이 좋다	1	2	3	4	5
7. 갈증해소에 도움이 된다	1	2	3	4	5
8. 광고를 통해 접해 친숙하다	1	2	3	4	5
9. 구입하기 용이하다	1	2	3	4	5
10. 좋은 느낌이다	1	2	3	4	5
11. 기호식품이다	1	2	3	4	5
12. 향이 좋다	1	2	3	4	5
13. 색이 좋다	1	2	3	4	5
14. 다이어트에 좋다	1	2	3	4	5
15. 계절에 따라 즐길 수 있다	1	2	3	4	5

Ⅱ. 귀하가 알고 계시는 시판 전통음료의 기호도와 섭취빈도입니다.
아래사항에 ○표하여 주십시오.

설 문 내 용	기호도					섭취빈도				
	매우 좋아한다	좋아 한다	보통 이다	싫어 한다	아주 싫어한다	매일 마신다	주 2-3회	주 1회	월 2-3회	거의 안마신다
16. 녹차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
17. 홍차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18. 꿀차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19. 식혜	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. 수정과	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
21. 쌀음료	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
22. 유자차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
23. 모과차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
24. 생강차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
25. 국화차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
26. 대추차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
27. 인삼차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
28. 울무차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
29. 쌍화차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
30. 매실차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
31. 뽕잎차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
32. 구기자차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
33. 오미자차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
34. 둥글레차	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
35. 미숫가루	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Ⅲ. 귀하가 시판 전통음료를 이용하실 때 중요하다고 생각하는 품질 항목과 이용하신 음료의 품질 만족도에 관한 질문입니다.

느끼신 바를 양쪽 모두에 ○표 하여 주시기 바랍니다.

중요도					설 문 내 용	만족도				
전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매 우 그렇다		전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매 우 그렇다
1	2	3	4	5	36. 맛	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	37. 양	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	38. 향	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	39. 가격	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	40. 영양	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	41. 위생	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	42. 색상	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	43. 온도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	44. 기능성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	45. 안전성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	46. 계절성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	47. 건강성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	48. 신선도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	49. 갈증해소	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	50. 성분표시	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	51. 유통기한	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	52. 포장상태	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	53. 포장용기 모양	1	2	3	4	5

IV. 다음은 차에 대한 귀하의 의견을 묻는 문항입니다.

해당번호에 ○표하여 주십시오.

74. 귀하가 평소 좋아하는 기호식품류는?

- ① 차 ② 술 ③ 초코렛 ④ 껌 ⑤ 아이스크림
⑥ 견과류 ⑦ 쿠키 ⑧ 기타

75. 귀하께서 손님접대시 주로 이용하는 차의 종류는?

- ① 커피 ② 전통차(녹차, 홍차) ③ 청량음료(콜라, 사이다) ④ 쥬스
⑤ 우유, 요쿠르트 ⑥ 스포츠음료 ⑦섬유음료 ⑧마시지 않는다 ⑨기타

76. 차를 마시는 경우 어떤 종류의 차를 마십니까?

- ① 커피 ② 전통차(녹차, 홍차) ③ 청량음료(콜라, 사이다) ④ 쥬스
⑤ 우유, 요쿠르트 ⑥ 스포츠음료 ⑦섬유음료 ⑧마시지 않는다 ⑨기타

77. 기름진음식(육류, 튀김, 패스트푸드 등)을 드신 후 주로 어떤 차를 마십니까?

- ① 커피 ② 전통차(녹차, 홍차) ③ 청량음료(콜라, 사이다) ④ 쥬스
⑤ 우유, 요쿠르트 ⑥ 스포츠음료 ⑦섬유음료 ⑧마시지 않는다 ⑨기타

78. 귀하는 전통차를 좋아하십니까?

- ① 매우 좋아한다 ② 좋아한다 ③ 보통이다 ④ 싫어한다 ⑤ 매우 싫어한다

79. 귀하가 전통음료를 마시는 목적은 무엇입니까?

- ① 맛있어서 ② 향이 좋아서 ③ 갈증해소를 위해 ④ 소화가 잘 되므로
⑤ 다이어트에 좋아서 ⑥ 습관적으로 ⑦머리를 맑게 해주므로
⑧ 건강을 위해 ⑨기호만족을 위해 ⑩기능성이 있어서 ⑪기타

80. 귀하는 평소에 전통음료를 어느 정도 마십니까?

- ① 매일 ② 주 2-3회 ③ 주1회 ④ 월2-3회 ⑤ 거의 안 마신다

81. 귀하가 전통음료를 주로 구입하는 장소는?

- ①슈퍼마켓 ②백화점 ③대형마트 ④24시간편의점 ⑤ 자판기
⑥전문점 ⑦기타

82. 전통음료 용기로 귀하가 가장 선호하는 것은?

- ①유리병 ②캔 ③플라스틱류 ④종이팩 ⑤티백(Tea bag) ⑥기타

83. 시판되고 있는 전통음료의 개선점은?

- ①맛 ②가격 ③향 ④양 ⑤영양 ⑥위생 ⑦포장상태 ⑧기타

VI. 인구통계적 특성

84. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

85. 귀하의 연령은?

- ① 20-29세 ② 30-39세 ③ 40-49세 ④ 50세 이상

86. 귀하의 직업은?

- ① 학생 ② 주부 ③ 전문직 ④ 회사원 ⑤ 기타

87. 귀하의 학력은?

- ① 고졸이하 ② 전문대졸(재학) ③ 대졸(재학) ④ 대학원졸(재학)이상

88. 귀하의 월 평균 소득은?

- ① 100만원 미만 ② 100만원 ~ 149만원 ③ 150만원 ~ 199만원
④ 200만원~249만원 ⑤ 250만원 ~ 299만원 ⑥ 300만원 이상

89. 귀하의 결혼여부는?

- ① 미혼 ② 기혼

A Study of expectation and satisfaction for the Quality of marketing traditional drink

Seo, Jung sun

Department of Hotel Food Management
Graduate School of Gyeongju University

(Supervised by professor Lee, yeon jung)

Abstract

This study is part of work to investigate menu quality and satisfaction of marketing tradition drink systematically with user as the central figure who use tradition drink that is marketed.

first of all, Readied model that is theoretical that execute theoretical systematic test by importance and satisfaction for marketing tradition drink user's marketing tradition drink proved through virtue study examination.

Second, investigated importance and satisfaction for marketing tradition drink on the basis of this.

Third, It is based on findings and theoretical frame to establish research task.

Fourth, established hypothesis is appropriated by analyzing result of a survey.

Actual proof investigation used sample of 320 chapter among questionnaire who is collected distributing 500 pieces of questionnaire in Daegu and Gyeongsangbukdo area except some articles that are insincere or omissive.

As the order analysis result by average of anticipatory attribute, 'circulation (3.97 points)', 'freshness (3.91 points)', 'hygiene (3.90 points)', 'taste (3.89 points)', 'wrapping (3.86 points)', 'health (3.84 points)', 'safety (3.75 points)' are important.

However, presented low order in importance realization relatively in 'quantity (3.35 points)' and 'color (3.26 points)'.

Also, satisfaction average of marketing tradition drink is researched by things which are satisfied about 'wrapping (3.27 points)', 'taste (3.26 points)', 'temperature (3.21 points)', 'circulation (3.20 points)', and 'season (3.18 points)'.

But, we notice one thing which is not satisfied relatively in 'nutrition (2.95 points)' and 'price (2.92 points)'.

Importance - satisfaction analysis result, it is important to continuously keep 'taste', 'hygiene', 'freshness', 'the expiration date' and 'wrapping condition' and so on. And considered variable is, quantity, temperature, and seasonality that need improvement, and there is variable of package courage shape and so on.

Also, there were nutrition, safety, health, and ingredients to items that need to do intensive care and operation.

Therefore, if menu quality is improved by quantitative and

qualitative change that needs to improvement, it will rightly guide convenience industrialization of party of marketed tradition drink.