The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 17, No. 5, pp. 57~73 (2011)

한식세계화에 대한 외식관련전공 학생의 인식에 관한 연구

진 양 호¶
경기대학교 관광대학 외식조리학과

A Study on Recognition of Globalization of Korean Food among the Students Majoring in Foodservice

Yang-Ho Jin¶
Dept. of Food service & Culinary, Kyonggi University

Abstract

This study was conducted to examine the overall perception of importance and possibility of Korean food and globalization of Korean food. Analyzing the factors influencing globalization of Korean food, this study suggests development strategies and basic data for globalization of Korean food and development of high skilled manpower. The survey was carried out from April 1, 2011 to April 30, 2011, targeting students majoring in foodservice, who will play a key role in globalization of Korean Food. Analysis methods included frequency analysis, descriptive statistics, t-test, ANOVA, factor analysis, correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings are summarized as follows: (1) Students recognized Korean food as a nutritionally balanced healthy food. (2) Standardization of Korean cuisine and food names was the most important. (3) Students were very interested in globalization of Korean Food. (4) Perception of Korean food and its globalization were significantly different according to the levels of education. (5) As a result of analyzing the effect on globalization, quality and healthfulness of Korean food had a positive effect on globalization of Korean food.

Key words: Korean food, recognition, globalization, possibility, foodservice, students

Ⅰ. 서 론

21세기를 '식품전쟁의 시대', 또는 '음식전쟁의 시대'라 하여 우수한 식품을 확보하고 국가이익을 지키기 위해 국제적 경쟁이 치열해지고 있는 가운데 최근 한류확산과 웰빙에 대한 관심 증가 등으로 한식에 대한 관심이 높아짐에 따라 세계 각국에서는 한식을 위주로 한 외식산업분야가 활발한 진출을 보이고 있으며 한식세계화에 대한 요구 또한 증가되고 있다(Shin BG·Kwon YJ 2010 ; Lee YJ·Lee SB 2008 ; Kim JS 2005).

'05년 기준, 한국은행 산업연관표에 따르면 식품산업의 생산에 대한 유발효과는 식품이 10억원을 생산하였을 때 모든 산업에서 20억원 생산의 유발효과를 가지는 것으로 평가하고 있다. 또한 한식의 세계화로 농식품 수출이 증가하여 한식이 식품의 수출품에서 가장 큰 경쟁력을 지닌 군으로 분류되고 있으며 식품 분야가 미래의 고부가가치 분야로 인식되어 막대한 자본과 기술을 가진 일류 기업이 식품시장에 진출하고 있다. 최근

¶ : 진양호, 010-5345-1125, yhjin@kyonggi.ac.kr, 경기도 수원시 영통구 광교산로 154-42 경기대학교 외식조리학과

에는 식품을 하나의 문화자산 및 새로운 음식문화로 인식하고 음식에 대한 선호패턴은 슬로우푸드, 유기농, 건강식, 자연식이 인기를 끌고 있으므로 식품분야의 이러한 세계적 추세는 한국 음식을 국제화하기에 매우 좋은 여건이다(방문규 2009 ; Kim JS 2005).

한식은 식재료와 조리법이 자연 친화적인 웰빙 음식으로서 약식동원의 사상이 배어 있는 건강·웰빙지향형 음식이면서도 채소류 위주의 저열량식이고 찌거나 삶는 건강형 조리법이며 김치, 장류 등 발효식품 중심의 자연식품이라는 특성을 가지고 있어(방문규 2009) 웰빙 트렌드와 함께 더욱 주목받고 있다.

한식의 성공적인 세계화를 위해 자국음식 세계화에 성공한 이탈리아, 프랑스, 일본, 태국의 경우 국가가 주도해 자국 음식 브랜드를 육성하거나 관광 산업의 일환으로 세계화하는 등 자국음식의 세계화를 위해 노력하고 있다. 세계화된 음식 및 음식문화는 음식 자체뿐만 아니라 다른 문화적인 요소와 결합해 경쟁력이 한층 강화되므로 한국문화 속에 다양한 콘텐츠를 결합시켜 경쟁력을 확보해야 할 것이다(한국외식정보 2011).

2006년 문화관광부에서는 한글, 한복, 한옥, 한지, 한국음악과 함께 한식의 전통문화를 브랜드화 하여 경제적 부가가치를 창출하고, 국가이미지 제고 및 한류의 확산을 지원하고자 하였으며 2008년 농림수산식품부에서는 한식세계화를 본격적으로 추진하기 위한 전략을 논의하기 위해 외식산업계·학계·관계기관 등의 전문가와 함께 한식세계화 포럼을 개최하는 등 한식세계화를 위한 다양한 노력을 기울이고 있다.

한식세계화 정책 추진은 농림수산식품부로 부터 문화체육관광부, 외교통상부, 지식경제부에 이르기까지 다양한 기관에서 실행되었고 현재 한식세계화 사업은 '세계인이 즐기는 한식'을 비전으로 2010년까지 해외한식당 4만개 육성, 2012년까지 농식품수출 확대 100억 달성, 2017년까지 세계 일류 한식당 100개 육성을 목표로 진행되고 있으며 이를 위해 '인프라, 연구개발, 인력양성, 투자활성화, 홍보'를 5대 전략으로 한식을 세계시장에 맞게 상품·서비스 수준을 현지화 및 고급화시키는 한편 한식의 가치를 높이는 다양한 사업을 진행하고 있다(한국외식정보 2011).

한식세계화의 주요추진현황을 살펴보면 2008년 4월 '한식세계화 포럼'을 발족하여 한식세계화를 위한 주요 전략과 실행과제를 도출하였고 2008년 10월 '한식세계화 선포식'을 계기로 범정부 차원에서 본격적으로 추진하게 되었다. 2009년에는 '한식세계화 전략과제 선정' 및 '한식세계화 추진단'을 발족하였고 2010년에는 '한식재단' 및 '해외 한식당 협의체'를 구축하였다(변동헌 2011 ; 방문규 2009).

한식세계화 사업과 관련한 가시적인 성과들을 살펴보면 퓨처브랜드가 발표하는 2009년 국가브랜드 지수에서 한국은 '파인다이닝'분야 세계 6위, 2010년 NRA발표 '식품분야 인기브랜드 지수'에서 한식이 에스닉푸드 11위를 기록하였고, 해외 유명 요리학교에 한식강좌를 개설, 김치 수출량 증가, 한식당의 해외 진출 등 2011년에 접어들면서 한식세계화 사업의 성과들이 나타나고 있다. 2011년은 한식세계화 사업의 본격추진단계를 맞아 한식세계화 사업 중심에서 외식산업 분야로 확대하여 '한식 인프라 구축' 및 '경쟁력 강화' 사업을 시행하고 있으며 해외 한식당 협의체 육성 및 현지화 메뉴·기술 개발 등 해외진출 사업화를 본격적으로 지원하고 미국의 뉴욕에 플래그십 한식당 설립 사업을 통해 고품격 한식 전파를 추진하고 있다. 2012년에는 외식산업 인력양성, 국제교류 및 해외시장 진출, 외식산업표준화, 우수식재료 사용촉진, 우수외식사업자 선정, 외식업지구 선정 등 신규 사업을 추진할 예정으로 '선택과 집중' 원칙에 따라 한식세계화 사업의 효과를 극대화 할 것으로 기대된다(변동헌 2011 ; 한국외식정보 2011).

한식세계화 사업은 특성상 단기성과를 기대하기 어렵고 어느 정도 궤도에 올랐다 하더라도 유

지 및 발전을 위해 지속적인 투자와 관리가 필요하다. 한식의 우수성을 알리고 성공적인 한식세계화를 위해서는 우선적으로 한식세계화를 추진하는 주최자의 인식 또한 중요하다 할 수 있다.

한식세계화를 추진함에 있어 한식을 다른 시각으로 접근할 수 있는 안목과 더불어 외국의 문화를 이해할 수 있는 역량을 가진 사람들이 필요하다. 미국 한식당의 실태조사 결과 인적자원의 전문성, 체계성, 계획성 결여와 심각한 인력난이 문제점으로 나타난 것처럼 전문인력은 매우 중요하다(Na JK 2007). 한식조리전문 인력의 양성이 시급한 과제임에도 불구하고 한식조리에 대한 교육기반의 약화는 한식에 대한 관심을 상대적으로 소홀하게 만들고 외국의 외식기업이 시장을 잠식함으로써 한식조리관련 노동시장 여건의 악화로 학생들의 관심은 한식에서 계속 멀어지고 있는 실정이다(Kim TH 등 2009).

따라서 한식세계화에 대한 각 분야의 노력으로 한식세계화 사업들이 원활히 추진되고 성과가 나타나기 시작하는 시점에서 한식에 대한 올바른 이해와 우리의 음식문화를 전파하고 발전시키기 위해서는 미래의 한식세계화의 주역이 될 외식관련전공 학생들의 한식 및 한식세계화에 대한 전반적인 인식 연구의 필요성이 요구된다.

지금까지 한식세계화와 관련된 연구는 외국인을 대상으로 한식에 대한 선호도나 인식도에 대한 연구가 가장 많이 진행되었다(Min KH 2009b). 반면 인과관계에 대한 연구는 매우 미비하며 내국인 대상의 연구도 외국인 대상의 연구에 비해 부족한 실정이다. 더욱이 한식세계화와 밀접한 관계에 있는 전공 학생을 대상으로 한 연구는 Kim TH 등(2009)의 연구가 있지만 연구대상이 조리전공 대학생으로 국한되어 있다. 이에 본 연구는 한식세계화에 대한 외식관련전공 학생의 인식을 연구하기 위해 대학생은 물론 대학원생까지 연구대상을 확대하였으며 한식세계화에 대해 보다 실증적으로 분석하기 위해 한식세계화 전략 및 추진과제라는 구체적이고 체계적인 문항의 구성으로 결과를 도출하고자 하였다. 또한 한식에 대한 인식을 통해 한식 세계화에 미치는 영향 요인들을 분석한 결과는 한식세계화를 추진하는데 중요한 자료가 될 것이라 사료된다.

따라서 본 연구에서는 미래의 외식산업과 한식세계화의 주축이 될 외식관련 분야를 전공하는 대학생 및 대학원생을 대상으로 한식 및 한식세계화에 대한 전반적인 인식을 파악해 보고, 한식세계화에 미치는 영향요인의 분석을 통해 한식세계화의 발전방안을 제시하고 나아가 한식세계화 및 전문 인력양성을 위한 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 한식에 대한 인식

한식이란 한국의 식재료를 바탕으로 한국 고유의 조리방법을 통해 한국 민족의 역사적, 문화적 특성을 가지고 창안돼 발전, 계승되어 온 음식을 가리키며 한국의 일상생활, 궁중음식, 통과의례, 세시풍속 등 일반서민의 소박한 음식부터 왕가의 화려했던 궁중음식까지 한국전통의 맛을 아우르는 모든 것을 포함한다(한국외식정보 2011). 한식에 대한 인식은 한식이 가지는 전통적인 식자재의 이해와 오색오미, 약식동원 사상이 동원되는 등에 대한 올바른 이해와 한국 전통문화에 대한 사상이 잘 반영된 음식에 대한 올바른 판단이다(Shin BG·Kwon YJ 2010).

최근 한식과 관련한 선행연구를 살펴보면 Kang JH와 Kim JE(2009)는 외식조리식품관련 전공 대학생을 대상으로 전통음식에 대한 인식과 우수요인을 조사하였는데 전통음식은 영양적이며 맛이 좋은 음식으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. Jin YH와 Cho JO(2OO7)은 전통음식관련 학과의 대학생을 대상으로 전통음식에 대한 신시대의 인지도가 대중화에 미치는 영향을 연구한 결과 간소화에 영향을 주는 요인은 조리방법의 인지로 나타났으며 대중화에 영향을 주는 요인은

맛과 영양에 대한 인지로 나타났고 조리방법, 맛, 영양에 대한 인지가 가공 식품화에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. Park MJ 등(2009)은 충남지역 대학생을 대상으로 성별, 학년별, 전공별 식사 유형 및 전통음식 선호도를 평가한 결과 남녀 모두 전통음식을 '우수하거나 양호하다', '건강에 매우 좋다'라고 평가하였으며 전공자가 비전공자 보다 전통음식을 우수하다고 평가하는 것으로 나타났다. Han GJ(2007) 등은 경기·강원 거주민을 대상으로 한국전통음식의 가치도 평가 및 요인 등을 조사하였는데 일반인은 전통음식에 대해 맛, 색, 질감, 영양을 중요하게 인식하고 있는 반면 전문가는 색, 질감, 영양 외에 전통성, 발전성, 특산물성, 대중성 등 음식의 외적인 면, 식문화적인 측면을 부가하여 중요하게 인식하는 것으로 나타났다. Song JS과 Moon SJ(2011)은 대구·경북지역에 거주하는 중국인 유학생을 대상으로 한국음식에 대한 선호도와 만족도를 연구한 결과 육류요리를 선호하며 불고기의 선호도와 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고 제품품질이 고객만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. Min KH(2010)은 한국 음식을 경험한 호주 현지인 대학생을 대상으로 한국 음식에 대한 인식과 선호도를 조사한 결과 한국 음식을 경험했던 현지 대학생들은 한국음식은 맛이 좋고 맵고 건강에 좋고 이국적인 재료를 사용하며 메뉴가 다양하고 곡류 및 채소 위주의 음식이라 인식하고 있는 것으로 나타났으며 한식세계화를 위해서 개선해야 할 사항은 한식에 필요한 식재료의 유통, 매운 맛의 개선, 조리법의 간소화 순으로 나타났다. Chang HJ 등 (2010)는 내·외국인을 대상으로 한식 기호도와 인식도 및 한식 편의식품 개발과 관련한 의견을 조사하였는데 한식에 대한 인식도는 내국인이 외국인에 비해 유의적으로 높았으며 내·외국인 모두 '건강식이다'라는 항목을 가장 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

2. 한식세계화

농림수산식품부에 따르면 한식세계화는 '한식의 고유한 가치를 바탕으로 우리 식문화를 세계에 알려 한식이 세계적 음식으로 통용되는 것'을 뜻하며 한식을 세계시장에 맞게 상품, 서비스, 디자인 등 수준을 현지화, 고급화해 가치를 높이는 과정 전체를 포함하는 것을 뜻하며 한식의 우수성을 바탕으로 한식을 발전시키고 대한민국 이미지를 향상시키고자 하는 계획을 의미한다(한국외식정보 2011). Shin BG와 Kwon YJ (2010)은 한식세계화에 대한 개념을 문화적 관점인 한국의 음식이 지리적인 경계를 직·간접적으로 넘나들면서 다른 문화와의 만남을 통해 나타나는 문화적인 현상과 인위적으로 자국의 음식문화를 세계화시키기 위한 상업적 관점으로 정의하였다.

한식세계화에 대한 연구를 살펴보면 외국인을 대상으로 한 연구가 대부분이었는데 Lee YJ 과 Lee SB(2008)의 연구에서는 중국과 일본의 현지인을 대상으로 한식의 세계화전략과 한국의 국가이미지, 한국 태도 및 한국 제품 구매의도간의 관계모형을 설정하고 변인들 간의 영향관계를 분석한 결과 홍보 노출정도, 한식의 우수성 인식, 상품 고품질, 체험과 참여 등 한식세계화 전략이 한국 국가이미지에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, Shin BG와 Kwon YJ(2010)의 연구에서는 미국, 일본, 중국인을 대상으로 한식에 대한 인식, 이미지, 태도, 세계화와 국가별 차이를 분석한 결과 미국, 일본, 중국인들 간에 유의한 차이가 있었고 한식에 대한 인식, 이미지, 태도 세계화 요인은 시식변수인 맛, 가격, 위생, 영양가, 품질, 건강성, 기타요인에 의해 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. Lim HJ 등(2010)은 국내 거주 외국인을 대상으로 한식과 약선에 대한 인식 및 한식을 이용한 약선의 세계화 가능성을 연구하여 한식 및 약선의 세계화를 위해 국제적으로 인식을 높이고 국가별 선화하는 맛, 음식의 질감, 조리방법, 상차림 등을 세분화 하여 적용하는 노력이 요구되며 우리 전통의 식문화가 올바르게 인식될 수 있는

정보제공 및 약선의 효능을 알릴 수 있는 연구의 진행이 필요함을 제시하였다. 또한 Na JK(2007)는 미국의 한식당을 대상으로, Min KH(2011)은 호주 한식당을 대상으로 한식당의 전반적인 운영 실태를 파악하고 분석하여 한국 음식의 세계화 방안을 제시하였고 Lee EJ 등(2008)의 연구에서는 한식 식자재 프로모션을 통한 한식 세계화 방안으로 한국음식 세미나 개최, 외국 요리학교에 한국 음식과 식자재 홍보, 쉐프들을 통한 방법을 제시였다. 그밖에도 Jung YW(2010)는 델파이 기법을 이용하여 국내외 전문가들을 대상으로 다문화 주의적 관점에서 다문화 조리를 통한 한식의 세계화에 대한 방안을 제시하였고 Min KY(2009a)은 한식전문 교육기관의 전문 강사와 호텔 주방장을 대상으로 한식세계화를 위한 한식조리사 양성방안을 모색하였다.

한식에 대한 인식과 한식세계화의 관계에 대한 연구를 살펴보면 Kwon YJ와 Shin BG(2010)는 한국 음식에 대한 인식을 건강성, 품질 성, 가치성이라는 요인으로 나누고 한식의 세계화에 대한 문항을 '한국음식 우수성에 대한 홍보', 해외 전문 음식점의 보급 및 확산, '한국음식과 관련한 다양한 문화행사', '한국음식 관련 정기적인 행사', '한국음식 체험관광 프로그램 다양화', '한국음식 시식기회'등으로 구성하여 분석한 결과 한식에 대한 인식이 한식의 세계화에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Lee YA (2010)은 한식에 대한 웰빙가치 인식이 한식세계화에 미치는 영향에 대해 분석하였는데 한식에 대한 웰빙가치 인식 중 한식은 영양이 풍부하고 건강에 좋은 식품이라고 생각한다', '한식은 발효식품의 발달과 계절식품이 많아 웰빙식품이라고 생각한다' 등이 한식세계화에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim TH 등(2009)은 조리전공 대학생을 대상으로 한식 및 한식세계화에 대한 인식을 연구하였는데 한식세계화를 위한 중요 속성에 관한 인식 결과 '한식 관련한 행사 개최와 홍보', '다양한 메뉴 개발로 소비시장 확대', '현 세대에 맞는 창의성 있는 변형', '과학적으로 영양이 우수하다는 증거 확보', '대중매체를 이용한 홍보', '한식의 현지화'등의 순으로 높게 나타났으며, 한식 인식과 세계 5대 음식 진입과의 영향 관계를 보면 한식 인식 중'계절음식의 발달', '약식동원의 음식', '다른 나라에 비해 우수함'이 세계 5대 음식 진입에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 목적을 수행하기 위해 다음과 같은 방법으로 조사를 수행하였다. 서울, 경기도, 충청도 지역의 외식관련 전공 대학생 및 대학원생을 대상으로 연구의 취지를 설명한 후 자기기입법을 사용하여 설문을 실시하였다. 조사기간은 2011년 4월 1일부터 2010년 4월 30일까지 실시하였으며 총 300부의 설문지를 배포하여 286부가 회수되었고 이 중 불성실하게 답변한 설문지를 제외한 277부만 통계분석에 활용되었다.

2. 설문지 구성

본 연구의 설문지 구성은 인구통계학적 특성 4문항, 한식에 대한 인식 10개 항목, 한식세계화 32개 문항, 한식세계화의 가능성에 대한 견해 4문항으로 구성하였으며 세부적인 내용은 다음과 같다.

한식에 대한 인식 문항은 Shin BG와 Kwon YJ (2010), Kim TH 등(2009), Jin YH와 Cho JO (2OO7)의 연구에서 사용한 설문문항을 수정·보완하여 사용하였다. 한식세계화에 대한 문항은 한식세계화 전략 및 추진과제(방문규 2009)를 토대로 설문문항을 구성하였다. 한식세계화의 가능성에 대한 견해는 Lee YJ (2010)의 연구를 토대로 설문문항을 수정·보완하여 구성하였다. 인구통계학적 설문 문항을 제외한 각 문항은 리커트 5점 척도로 측정하였으며 각 문항의 평가는 '매우 그렇다'의 5점부터 '전혀 그렇지 않다'의 1점까지 5개의 범주로 구분하였다.

3. 분석방법

본 연구의 통계분석은 SPSS/WIN 17.0을 사용하였으며 인구통계학적 특성 및 한식 및 한식세계화에 대한 인식과 한식세계화의 가능성에 대한 견해를 분석하기 위해 빈도분석과 기술통계를 실시하였다. 조사대상자의 성별과 교육수준에 따른 한식에 대한 인식, 한식세계화에 대한 인식, 한식세계화의 가능성에 대한 견해의 차이를 파악하기 위해 t-test와 일원배치분산분석을 실시하였다. 집단 간 차이검증은 Duncan's multiple range test를 실시하였다. 문항의 구성개념 타당도를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였고, 내적 일관성을 검증하기 위해 Cronbach's α 계수를 이용하여 신뢰도를 측정하였다. 측정 변수간의 관련성 검증을 위해서는 피어스 상관관계 분석을 이용하였으며 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 연구결과

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사 대상자의 인구통계학적 사항에 대한 빈도분석 결과는 <Table 1>와 같다. 전체 응답자 277명 중 여학생이 142명(51.3%)으로 남학생 135명(48.7%)보다 많았고 연령별로는 25세 이하가 161명(58.1%)으로 가장 많았으며 26~30세 55명(19.9%), 31~39세 43명(15.5%), 40세 이상 18명(6.5%) 순으로 나타났다. 교육수준은 대학원생이 103명(37.2%)으로 가장 많았으며 전문대 학생 87명(31.4%), 4년제 학생 87명(31.4%)으로 나타났다. 전공 유형은 조리 182명(65.7%), 외식산업 66명(23.8%), 기타 24명(9.0%), 식품영양 4명(1.4%) 순으로 나타났다.

2. 한식에 대한 인식

조사 대상자의 한식에 대한 인식의 결과는 <Table2>와 같다. 각 변수의 평균을 비교하면 총 10개 문항 중 5개의 문항이 5.0 만점에 평균 4.0이상으로 높게 인식하는 것으로 나타났다. '한식은 영양이 균형 잡힌 건강식품이다'(4.49점)가 가장 높게 인식하는 것으로 나타났으며 그 다음으로 '한식은 보양식으로 충분하다', '한식은 약식동원이 발달한 음식이다', '한식은 입맛에 잘 맞는다', '한식은 다른 나라 음식에 비해 우수하다', '한식은 고급 음식이라 생각한다', '한식의 조리법은 과학적이다', '한식은 재료가 신선하고 품질이 좋다', '한식은 가격대비 가치가 있다고 생각한다', '한식은 위생적인 음식이다' 순으로 나타나 한식의 건강과 관련된 속성들을 더 높게 평가하고 있음을 알 수 있었다.

<Table 1> Characteristics of the respondents

Characteristics	Categories	N	%
Gender	Male	135	48.7
	Female	142	51.3
Age	Under 25	161	58.1
	26~30	55	19.9
	31~39	43	15.5
	Over 40	18	6.5
Education	College	87	31.4
	University	87	31.4
	Graduate school	103	37.2
Major	Culinary	182	65.7
	Foodservice industry	66	23.8
	Food & nutrition	4	1.4
	Others	25	9.0

<Table 2> **Recognition of Korean food**

Rank	Variables	M	SD
1	Korean food is nutritionally balanced food.	4.49	0.63
2	Korean food is healthy food.	4.30	0.72
3	Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	4.29	0.67
4	Korean food suits my taste.	4.14	0.78
5	Korean food is more excellent than other countries'.	4.14	0.77
6	Korean food is high quality food.	3.94	0.80
7	Korean food is made in scientific methods.	3.83	0.88
8	Korean food is made from fresh and high quality ingredients.	3.78	0.70
9	Korean food is well worth its price.	3.69	0.82
10	Korean food is sanitary.	3.49	0.85

Kang JH와 Kim JE(2009)의 연구에서는 전통음식의 우수요인으로 영양면을 높게 인식하고 위생저장성 및 가격경제성을 낮게 인식하는 것으로 조사되었으며 Han GJ 등(2007)은 전통음식류의 가치도 조사에서 영양면을 높게 평가한 반면 한식의 가격성과 조리법에 대해서는 낮게 인식하는 것으로 나타나 본 연구와 일치함을 보였다.

조사 대상자의 성별 및 교육수준에 따른 한식에 대한 인식의 결과 성별에 따라서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고 교육수준에 따라서는 <Table 3>과 같이 '한식은 재료가 신선하고 품질이 좋다'($p<0.01$), '한식의 조리법은 과학적이다'($p<0.01$), '한식은 입맛에 잘 맞는다'($p<0.05$), '한식은 위생적인 음식이다'($p<0.001$) 의 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. Duncan의 사후검정 결과 '한식은 재료가 신선하고 품질이 좋다'($p<0.01$), '한식은 입맛에 잘 맞는다'($p<0.05$)의 항목에서는 전문대 학생이 대학원생에 비해 한식에 대해 높게 평가하고 있는 것으로 나타났고 '한식의 조리법은 과학적이다'($p<0.01$)의 항목에서는 전문대 학생과 4년제 학생이 대학원생에 비해 높게 평가하고 있는 것으로 나타났으며 '한식은 위생적인 음식이다'($p<0.001$)의 항목은 교육수준이 낮을수록 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

3. 한식세계화에 대한 인식

조사 대상자의 한식세계화에 대한 중요도 인식 결과는 <Table4>와 같다. 각 변수의 평균을 비교하면 총 32개 문항 중 8개의 문항이 5.0 만점에 평균 4.0이상으로 높게 인식하는 것으로 나타났다. '한식메뉴 조리법 및 외국어 명칭 표준

<Table 3> **Recognition of Korean food by the levels of education**

(Mean±SD)

Variables	Education			F-value
	College	University	Graduate	
Korean food is made from fresh and high quality ingredients.	3.98±0.70[a]	3.79±0.70[ab]	3.60±0.66[b]	7.075**
Korean food is well worth its price.	3.74±0.88	3.72±0.84	3.61±0.76	0.668
Korean food is made in scientific methods.	3.98±0.90[a]	3.95±0.89[a]	3.60±0.81[b]	5.746**
Korean food suits my taste.	4.28±0.71[a]	4.17±0.80[ab]	4.00±0.80[b]	3.108*
Korean food is high quality food.	4.02±0.83	3.91±0.84	3.88±0.74	0.778
Korean food is nutritionally balanced food.	4.57±0.60	4.44±0.68	4.46±0.61	1.248
Korean food is healthy food.	4.41±0.77	4.33±0.71	4.17±0.66	2.792
Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	4.33±0.68	4.37±0.67	4.18±0.67	2.045
Korean food is more excellent than other countries'.	4.28±0.71	4.09±0.82	4.07±0.77	1.990
Korean food is sanitary.	3.80±0.89[a]	3.54±0.83[b]	3.19±0.73[c]	13.472***

*p < 0.05. **p < 0.01. ***p < 0.001. Duncan's multiple range test : a>b>c.

화'(4.24점)가 가장 중요한 과제로 인식하고 있는 것으로 나타났으며 '한식 관련 홍보물 제작', '해외공중파 활용 한식 홍보', '전문 조리교육 추진', '해외 유명 요리학교에 한식강좌 개설', '국제 한식요리 자격증 도입', '한식브랜드(BI) 정립', '한식당 종업원 서비스 교육' 등의 순으로 중요하게 인식하는 것으로 나타났다.

Lee YJ (2010)의 연구에서는 한식의 세계화 전략에 대한 중요도 인식을 살펴 본 결과 '한식전문점의 서비스 품질개선', '한식전문점의 위생 및 청결개선', '한국음식문화를 활용한 관광체험 프로그램의 다양화', '한국요리 강습기회 및 시식 참여 기회제공' 등의 순으로 중요하다고 나타났다.

조사 대상자의 성별 및 교육수준에 따른 한식 세계화에 대한 중요도 인식 결과 성별에 따라서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고 교육수준에 따라서는 <Table 5>와 같이 '법적·제도적 기반 구축'($p<0.01$), '식품산업 R&D(Research and Development) 중장기 계획 수립'($p<0.001$), '프랜차이즈 성공모델 도출'($p<0.05$)의 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며 사후검정 결과 대학원생과 4년제 학생이 전문대 학생보다 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

<Table 4> Importance of globalization of Korean food

Rank	Variables	M	SD
1	Standardization of Korean cuisine and food names	4.24	0.93
2	Producing promotional materials for Korean food	4.13	0.83
3	Promoting Korean food through public TV networks abroad	4.11	0.85
4	Professional cooking training	4.08	0.87
5	Opening a Korean cuisine class at a famous cooking school abroad	4.05	0.93
6	International certification of Korean cooking	4.04	0.93
7	Founding a brand of Korean food	4.04	0.93
8	Service education for the employees of a Korean restaurant	4.01	0.90
9	Building direct dealing and group purchase of food material made in Korea	3.97	0.87
10	Building web-portals for information	3.95	0.95
11	Promoting Korean food at a diplomacy area	3.92	0.86
12	Expanding a Korean restaurant in a five-star hotel	3.91	0.99
13	Operating culinary arts colleges specialized in Korean food	3.90	0.94
14	Setting transaction standards for food ingredients	3.89	0.87
15	Establishing an international institute of Kimchi	3.88	0.94
16	Building a network of overseas Koreans for food	3.87	0.85
17	Correction of false information spread on the web	3.84	0.88
18	Promoting Korean food at a diplomacy event	3.83	0.85
19	Certification of a Korean restaurant abroad	3.81	0.94
20	Supporting an individualized consulting program	3.79	0.95
21	Producing a star chef	3.77	1.06
22	Supporting participation in internal and external food shows	3.76	0.95
23	Organizing a professional pool in an industry-university-institute alliance	3.76	0.89
24	Producing movies related to Korean food	3.73	1.04
25	Building a legal and institutional foundation	3.71	0.89
26	Setting plans for R&D of the food industry	3.71	0.84
27	Supporting a support center for overseas expansion of franchises	3.71	0.87
28	Supporting the establishment of overseas branches	3.69	0.87
29	Supporting Korean food culture experience	3.68	0.93
30	Building a mouth-to-mouth network	3.62	0.87
31	Finding a successful franchise model	3.61	0.88
32	Reorganization of the funding system	3.48	0.88

4. 한식세계화의 가능성에 대한 견해

조사 대상자의 한식세계화의 가능성에 대한 견해의 결과는 <Table6>과 같다. 각 변수의 평균을 비교하면 '한식세계화에 대해 관심이 많다'가 평균 4.07 로 가장 높았으며 그 다음으로 '향후 한식 관련 업종의 비전 가능성이 있다고 생각한다', '한식세계화 전략이 성공할 것이라 생각한다', '한식세계화 전략 사업들이 잘 진행되고 있다고 생각한다'순으로 나타났다. 한식세계화 전략 사업들이 잘 진행되고 있다고 생각한다'는 2.90점으로 Kim TH(2009)의 연구결과와 같이 낮은 수준의 견해를 보여 한식세계화의 위상이 낮게 평가되고 있는 것으로 나타났다.

조사 대상자의 성별, 교육수준에 따른 한식세계화의 가능성에 대한 견해 결과 성별에 따라서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고 교육수준에 따라서는 <Table 7>과 같이 '한식세계화에 대해 관심이 많다', '한식세계화 전략이 잘 진행되고 있다고 생각한다'의 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났는데($p<0.05$) 사후검정

<Table 5> Importance of globalization of Korean food by education

(Mean±SD)

Variables	Education			F-value
	College	University	Graduate	
Building a legal and institutional foundation	3.44±0.73[b]	3.79±0.93[a]	3.88±0.92[a]	6.767**
Reorganization of the funding system	3.34±0.78	3.57±0.90	3.52±0.94	1.670
Building web-portals for information	3.92±1.03	3.98±0.94	3.95±0.90	0.079
Building direct dealing and group purchase of food material made in Korea	3.82±0.88	4.08±0.88	4.28±0.85	2.224
Setting transaction standards for food ingredients	3.76±0.86	4.06±0.93	3.86±0.80	2.683
Founding a brand of Korean food	3.95±0.99	4.13±0.94	4.04±0.88	0.740
Service education for the employees of a Korean restaurant	3.86±0.93	4.10±0.95	4.05±0.82	1.743
Standardization of Korean cuisine and food names	4.13±0.97	4.34±0.90	4.24±0.91	1.205
Professional cooking training	4.00±0.90	4.15±0.85	4.07±0.87	0.748
Operating culinary arts colleges specialized in Korean food	3.91±0.98	3.86±0.93	3.91±0.93	0.079
Opening a Korean cuisine class at a famous cooking school abroad	4.07±0.99	4.06±0.91	4.04±0.92	0.025
International certification of Korean cooking	4.16±0.86	4.08±0.89	3.90±1.01	1.951
Setting plans for R&D of the food industry	3.43±0.73[b]	3.79±0.86[a]	3.89±0.86[a]	8.207***
Establishing an international institute of Kimchi	3.92±0.91	3.90±0.93	3.84±0.99	0.159
Organizing a professional pool in an industry-university-institute alliance	3.59±0.77	3.78±0.89	3.88±0.96	2.706
Expanding a Korean restaurant in a five-star hotel	4.03±0.97	3.85±0.99	3.86±0.99	0.963
Producing a star chef	3.80±0.95	3.80±1.09	3.71±1.12	0.266
Supporting an individualized consulting program	3.72±0.95	3.84±0.86	3.80±1.02	0.325
Finding a successful franchise model	3.40±0.90[b]	3.69±0.83[a]	3.72±0.88[a]	3.662*
Certification of a Korean restaurant abroad	3.76±0.88	3.89±0.98	3.78±0.96	0.467
Supporting participation in internal and external food shows	3.64±0.90	3.78±0.96	3.83±0.97	1.004
Supporting the establishment of overseas branches	3.61±0.77	3.76±0.90	3.69±0.92	0.645
Supporting a support center for overseas expansion of franchises	3.66±0.90	3.69±0.84	3.78±0.87	0.497
Building a mouth-to-mouth network	3.61±0.88	3.63±0.89	3.62±0.86	0.015
Supporting Korean food culture experience	3.72±0.92	3.69±0.96	3.62±0.92	0.302
Promoting Korean food at a diplomacy event	3.71±0.85	3.84±0.82	3.91±0.89	1.307
Building a network of overseas Koreans for food	3.86±0.86	3.85±0.81	3.89±0.87	0.064
Promoting Korean food through public TV networks abroad	4.05±0.83	4.24±0.76	4.06±0.93	1.480
Promoting Korean food at a diplomacy area	3.80±0.87	3.95±0.84	3.98±0.87	1.094
Correction of false information spread on the web	3.76±0.83	3.89±0.92	3.88±0.89	0.064
Producing movies related to Korean food	3.67±1.11	3.74±1.01	3.78±1.02	0.265
Producing promotional materials for Korean food	4.11±0.80	4.18±0.84	4.10±0.85	0.279

*p < 0.05. **p < 0.01. ***p < 0.001. Duncan's multiple range test : a>b.

<Table 6> **Possibility of globalization of Korean food**

Rank	Variables	M	SD
1	I am interested in globalization of Korean food	4.07	0.76
2	Business related to Korean food will have bright prospects.	3.88	0.83
3	Strategies for globalization of Korean food will be successful.	3.45	0.83
4	Business for globalization of Korean food performs very well.	2.90	0.85

<Table 7> **Possibility of globalization of Korean food by education**

(Mean±SD)

Variables	Education			F-value
	College	University	Graduate	
I am interested in globalization of Korean food	3.95±0.76[b]	3.98±0.75[b]	4.25±0.75[a]	4.721*
Business for globalization of Korean food performs very well.	3.08±0.84[a]	2.77±0.89[b]	2.84±0.80[ab]	3.267*
Strategies for globalization of Korean food will be successful.	3.57±0.86	3.38±0.91	3.42±0.72	1.386
Business related to Korean food will have bright prospects.	3.98±0.82	3.91±0.83	3.77±0.83	1.607

*$p < 0.05$. Duncan's multiple range test : a>b.

결과 '한식세계화에 대해 관심이 많다'의 항목에서는 대학원생이 전문대 학생과 4년제 학생에 비해 높게 평가하였고 '한식세계화 전략이 잘 진행되고 있다고 생각한다'의 항목에서는 전문대 학생이 4년제 학생에 비해 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

5. 한식에 대한 인식과 한식세계화의 관계

1) 신뢰성 및 타당석 분석

한식에 대한 인식에 대한 타당도분석과 신뢰도 분석에 대하여 측정한 결과는 <Table 8>과 같다. 요인분석은 타당성 검증을 위해 베리멕스 회전을 이용한 요인분석을 실시하였고 측정항목들의 요인 적재량이 0.5이상으로 요인들의 고유치가 1이상인 최종요인은 2개가 추출되었다. 변수들의 구성문항에 대한 측정 척도의 순화과정에서 한식에 대한 인식의 측정문항들 중 1개의 문항은 다른 요인의 항목과 함께 묶이는 경향이 있거나 신뢰성을 저해하는 항목으로 제거되었다.

추출된 요인은 품질성, 건강성으로 명명하였으며 총 분산 설명력은 61.4%이었다. 각 요인별 신뢰도 분석결과 품질성 0.804, 건강성 0.824로 나타나 내적일치성이 유효하므로 신뢰성을 지니는

<Table 8> **Reliability and factors analysis of recognition of Korean food**

	Factor	Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's α
Quality	Korean food is made in scientific methods.	0.745	2.920	32.449	0.804
	Korean food is made from fresh and high quality ingredients.	0.741			
	Korean food is well worth its price.	0.701			
	Korean food is sanitary.	0.685			
	Korean food is high quality food.	0.656			
Health	Korean food is healthy food.	0.866	2.603	28.918	0.824
	Korean food is nutritionally balanced food.	0.810			
	Korean food has wisdom for 'food is medicine'.	0.716			
	Korean food is more excellent than other countries'.	0.596			
	KMO			0.900	
	Bartlett's sphericity test			962.617	
	Sig.			0.000	

것으로 나타났다.

한식세계화에 대한 타당도분석과 신뢰도분석에 대하여 측정한 결과는 <Table 9>와 같다. 요인분석은 타당성 검증을 위해 베리멕스 회전을 이용한 요인분석을 실시하였고 측정항목들의 요인 적재량이 0.5이상으로 요인들의 고유치가 1이상인 최종요인은 5개가 추출되었다. 변수들의 구성문항에 대한 측정 척도의 순화과정에서 한식세계화의 측정문항들 중 1개의 문항은 다른 요인의 항목과 함께 묶이는 경향이 있거나 신뢰성을 저해하는 항목으로 제거되었다. 추출된 요인은 인프라 구축, 인력양성, R&D(Research and Development) 지원, 기업투자 활성화, 식문화 홍보로 명명하였으며 총 분산 설명력은 58.9%이었다. 각 요인별 신뢰도 분석결과 인프라 구축 0.871, 인력양성 0.854, R&D 지원 0.745, 기업투자 활성화 0.880, 식문화 홍보 0.879로 나타나 내적일치성이 유효하므로 신뢰성을 지니는 것으로 나타났다.

<Table 9> Reliability and factors analysis of the importance of globalization of Korean food

Factor		Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's α
Building infrastructure	Setting transaction standards for food ingredients	0.754	4.231	13.223	0.871
	Founding a brand of Korean food	0.720			
	Building direct dealing and group purchase of food material made in Korea	0.717			
	Service education for the employees of a Korean restaurant	0.643			
	Building web-portals for information	0.568			
	Standardization of Korean cuisine and food names	0.563			
	Building a legal and institutional foundation	0.506			
Workforce development	Operating culinary arts colleges specialized in Korean food	0.736	2.935	9.173	0.854
	Professional cooking training	0.659			
	International certification of Korean cooking	0.623			
	Opening a Korean cuisine class at a famous cooking school abroad	0.588			
R & D support	Organizing a professional pool in an industry-university-institute alliance	0.686	2.477	7.741	0.745
	Establishing an international institute of Kimchi	0.668			
	Setting plans for R&D of the food industry	0.658			
Activating corporate investment	Supporting the establishment of overseas branches	0.747	4.524	14.138	0.880
	Finding a successful franchise model	0.691			
	Supporting an individualized consulting program	0.667			
	Certification of a Korean restaurant abroad	0.648			
	Expanding a Korean restaurant in a five-star hotel	0.621			
	Supporting a support center for overseas expansion of franchises	0.608			
	Supporting participation in internal and external food shows	0.596			
	Producing a star chef	0.561			
Promoting Culinary cultures	Promoting Korean food at a diplomacy event	0.702	4.680	14.626	0.879
	Promoting Korean food at a diplomacy area	0.689			
	Producing movies related to Korean food	0.652			
	Supporting Korean food culture experience	0.644			
	Building a network of overseas Koreans for food	0.641			
	Producing promotional materials for Korean food	0.587			
	Correction of false information spread on the web	0.575			
	Building a mouth-to-mouth network	0.575			
	Promoting Korean food through public TV networks abroad	0.520			
KMO				0.931	
Bartlett's sphericity test				4712.346	
Sig.				0.000	

<Table 10> **Correlation analysis**

	1	2	3	4	5	6	7
1. Quality	1	0.646**	0.375**	0.447**	0.384**	0.450**	0.449**
2. Health	0.646**	1	0.340**	0.442**	0.433**	0.445**	0.494**
3. Building infrastructure	0.375**	0.340**	1	0.691**	0.538**	0.603**	0.599**
4. Workforce development	0.447**	0.442**	0.691**	1	0.595**	0.631**	0.613**
5. R & D support	0.384**	0.433**	0.538**	0.595**	1	0.563**	0.585**
6. Activating corporate investment	0.450**	0.445**	0.603**	0.631**	0.563**	1	0.676**
7. Promoting culinary cultures	0.449**	0.494**	0.599**	0.613**	0.585**	0.676**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

2) 상관관계 분석

본 연구에서는 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향을 검증하기 위한 선행단계로 구성개념 간 상관관계분석을 실시하였다. Pearson의 상관계수를 통한 상관관계 분석 결과는 <Table 10>과 같으며, 요인 간 관계가 판별타당성을 만족하는 것으로 볼 수 있다. 본 연구의 상관관계 분석 결과, 한식에 대한 인식이 한식세계화에 정(+)의 상관관계를 보이는 것으로 분석되었다.

3) 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향

한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향을 검증하기 위해 한식에 대한 인식 요인인 품질성과 기능성을 독립변수로 하고 한식세계화 요인인 인프라 구축, 인력양성, R&D 지원, 기업투자 활성화, 식문화 홍보를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <Table 11>과 같다.

한식에 대한 인식이 한식세계화 요인 중 인프

<Table 11> **The effect of recognition of Korean food on globalization of Korean food**

Dependent variables	Independent variables	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. error	Beta		
Building infrastructure	(Constant)	1.991	0.296		6.726	0.000
	Quality	0.298	0.081	0.267	3.675	0.000***
	Health	0.201	0.087	0.167	2.304	0.022*
		R^2=0.157	Adjusted R^2=0.151	F(2, 274)=25.530	Sig.=0.000	
Workforce development	(Constant)	1.175	0.317		3.707	0.000
	Quality	0.348	0.087	0.276	4.006	0.000***
	Health	0.357	0.094	0.263	3.815	0.000***
		R^2=0.240	Adjusted R^2=0.234	F(2, 274)=43.213	Sig.=0.000	
R & D support	(Constant)	1.235	0.306		4.029	0.000
	Quality	0.214	0.084	0.180	2.551	0.011*
	Health	0.406	0.091	0.316	4.487	0.000***
		R^2=0.206	Adjusted R^2=0.200	F(2, 274)=35.555	Sig.=0.000	
Activating corporate investment	(Constant)	1.180	0.285		4.143	0.000
	Quality	0.316	0.078	0.278	4.042	0.000***
	Health	0.324	0.084	0.265	3.849	0.000***
		R^2=0.243	Adjusted R^2=0.238	F(2, 274)=43.986	Sig.=0.000	
Promoting Culinary cultures	(Constant)	1.303	0.256		5.092	0.000
	Quality	0.232	0.070	0.224	3.317	0.001**
	Health	0.391	0.075	0.350	5.181	0.000***
		R^2=0.273	Adjusted R^2=0.268	F(2, 274)=51.291	Sig.=0.000	

*$p < 0.05$. **$p < 0.01$. ***$p < 0.001$.

라 구축에 미치는 영향을 분석한 결과 품질성과 건강성 모두 인프라 구축에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 15.1%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다(F(2, 274)=25.530 $p<0.001$). 각 요인별로 살펴보면 품질성(β=0.267 $p<0.001$), 건강성(β=0.167 $p<0.05$) 순으로 인프라 구축에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 한식세계화의 인프라 구축을 위해서는 한식의 품질성과 건강성에 대한 인식이 중요한 요인임을 알 수 있다.

한식에 대한 인식이 한식세계화 요인 중 인력양성에 미치는 영향을 분석한 결과 품질성과 건강성 모두 인프라 구축에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 23.4%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다(F(2, 274)=43.213 $p<0.001$). 각 요인별로 살펴보면 품질성(β=0.267 $p<0.001$), 건강성(β=0.263 $p<0.001$) 순으로 인력양성에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 한식세계화의 인력양성을 위해서는 한식의 품질성과 건강성에 대한 인식이 중요한 요인임을 알 수 있다.

한식에 대한 인식이 한식세계화 요인 중 R&D 지원에 미치는 영향을 분석한 결과 품질성과 건강성 모두 인프라 구축에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 20.0%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다(F(2, 274)=35.555 $p<0.001$). 각 요인별로 살펴보면 건강성(β=0.316 $p<0.001$), 품질성(β=0.180 $p<0.05$) 순으로 R&D 지원에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 한식세계화의 R&D 지원을 위해서는 한식의 건강성과 품질성에 대한 인식이 중요한 요인임을 알 수 있다.

한식에 대한 인식이 한식세계화 요인 중 기업투자 활성화에 미치는 영향을 분석한 결과 품질성과 건강성 모두 인프라 구축에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 23.8%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다(F(2, 274)=43.986 $p<0.001$). 각 요인별로 살펴보면 품질성(β=0.278 $p<0.001$), 건강성(β=0.265 $p<0.05$) 순으로 기업투자 활성화에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 한식세계화의 기업투자 활성화를 위해서는 한식의 품질성과 건강성에 대한 인식이 중요한 요인임을 알 수 있다.

한식에 대한 인식이 한식세계화 요인 중 식문화 홍보에 미치는 영향을 분석한 결과 품질성과 건강성 모두 인프라 구축에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 26.8%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다(F(2, 274)=51.291 $p<0.001$). 각 요인별로 살펴보면 건강성(β=0.350 $p<0.001$), 품질성(β=0.224 $p<0.01$) 순으로 식문화 홍보에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 한식세계화의 식문화 홍보를 위해서는 한식의 건강성과 품질성에 대한 인식이 중요한 요인임을 알 수 있다.

따라서 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향을 분석한 결과 한식의 품질성과 건강성 요인 모두 한식세계화에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한식에 대한 웰빙가치 인식이 한식의 세계화에 미치는 영향을 분석한 Lee YJ (2010)의 연구에서는 '한식이 영양이 풍부하고 건강에 좋은 식품이라고 생각한다'가 한식세계화에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 조사되어 한식에 대한 인식 중 건강성이 중요한 요인으로 나타난 본 연구 결과와 일치하였다.

Ⅴ. 요약 및 결론

본 연구는 외식관련전공 대학생 및 대학원생을 대상으로 한식 및 한식세계화에 대한 인식과 한식세계화 가능성에 대한 전반적인 인식을 파악해 보고, 인구통계학적 특성에 따른 차이검증과 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향에 대하여 실증분석을 실시한 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 한식에 대한 인식은 '한식은 영양이 균형

잡힌 건강식품이다'를 가장 높게 인식하는 것으로 나타났으며 '한식은 보양식으로 충분하다', '한식은 약식동원이 발달한 음식이다' 순으로 한식의 건강성에 속하는 요인을 높게 평가하고 있었다. '한식은 가격대비 가치가 있다고 생각한다', '한식은 위생적인 음식이다'는 상대적으로 낮게 인식되고 있는 것으로 나타나 한식의 건강과 관련된 속성들을 더 높게 평가하고 있는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 최근 웰빙 트렌드와 함께 건강에 대한 관심이 높아져 한식의 건강성에 대해 더욱 높게 인식하고 있는 것이라 생각되며 한식의 우수성에 대한 체계적인 교육의 필요성이 요구된다.

둘째, 조사 대상자의 성별에 따른 한식에 대한 인식의 결과 여자가 남자보다 한식에 대한 인식이 전반적으로 높았지만 통계적으로 유의하지 않았다. 교육수준에 따른 한식에 대한 인식은 '한식은 재료가 신선하고 품질이 좋다'($p<0.01$), '한식의 조리법은 과학적이다'($p<0.01$), '한식은 입맛에 잘 맞는다'($p<0.05$), '한식은 위생적인 음식이다'($p<0.001$) 의 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 사후검정 결과 '한식은 재료가 신선하고 품질이 좋다'($p<0.01$), '한식은 입맛에 잘 맞는다'($p<0.05$)의 항목에서는 전문대 학생이 대학원생에 비해 한식에 대해 높게 평가하고 있는 것으로 나타났고 '한식의 조리법은 과학적이다'($p<0.01$)의 항목에서는 전문대 학생과 4년제 학생이 대학원생에 비해 높게 평가하고 있는 것으로 나타났으며 '한식은 위생적인 음식이다'($p<0.001$)의 항목은 교육수준이 낮을수록 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 전문대생의 취업인식이 한식분야에 관심이 높기 때문에 나타난 것이라 사료된다.

셋째, 한식세계화에 대한 중요도 인식의 결과 '한식메뉴 조리법 및 외국어 명칭 표준화'를 가장 중요한 과제로 인식하고 있는 것으로 나타났으며 '한식 관련 홍보물 제작', '해외공중파 활용 한식 홍보', '전문 조리교육 추진', '해외 유명 요리학교에 한식강좌 개설', '국제 한식요리 자격증 도입', '한식브랜드(BI) 정립', '한식당 종업원 서비스 교육' 등의 순으로 중요하게 인식하는 것으로 나타나 한식세계화를 위해서는 R&D 지원과 기업투자 활성화에 비해 인프라 구축, 인력양성, 식문화 홍보에 대해 더욱 중요하게 평가하고 있었다.

넷째, 조사 대상자의 성별 및 교육수준에 따른 한식세계화에 대한 중요도 인식 결과 성별에 따라서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고 교육수준에 따라서는 '법적·제도적 기반 구축'($p<0.01$), '식품산업 R&D 중장기 계획 수립'($p<0.001$), '프랜차이즈 성공모델 도출'($p<0.05$)의 항목에서 통계적으로 유의한 차이를 보였으며 대학원생과 4년제 학생이 전문대 학생보다 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 한식세계화의 가능성에 대한 견해는 '한식세계화에 대해 관심이 많다'가 가장 높게 나타났으며 '한식세계화 전략 사업들이 잘 진행되고 있다고 생각한다'(2.90점)에 대해 상대적으로 낮게 평가하고 있었다. 이러한 결과는 현재 진행되고 있는 한식세계화 전략 사업의 진행상황 및 성과에 대한 홍보부족의 결과라 사료되며 향후 신속하고 적극적인 홍보의 필요성이 제기된다.

여섯째, 성별에 따른 한식세계화의 가능성에 대한 견해의 결과 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고 교육수준에 따라서는 '한식세계화에 대해 관심이 많다', '한식세계화 전략이 잘 진행되고 있다고 생각한다'의 항목에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며($p<0.05$) 사후검정 결과 대학원생이 전문대 학생과 4년제 학생에 비해 한식세계화에 대한 관심이 많은 것으로 나타났으며 전문대 학생이 4년제 학생에 비해 한식세계화 전략이 잘 진행되고 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

일곱째, 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향을 분석한 결과 한식의 품질성과 건강성 요인 모두 한식세계화의 인프라 구축, 인력양성, R&D 지원, 기업투자 활성화, 식문화 홍보 요

인에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 한식의 우수성에 대한 인식들이 한식세계화에 긍정적인 영향을 미치는 결과로 한식에 대한 관심과 함께 긍정적 인식의 고취를 위한 적극적인 교육 및 다양한 홍보의 강화가 요구된다.

연구결과에서 나타난 바와 같이 외식관련전공 학생들은 한식의 건강성에 대한 인식이 높았고 한식의 우수성에 대한 인식이 높을수록 한식세계화에 긍정적인 영향을 미치므로 교육과정을 통해 웰빙 트렌드와 더불어 한식의 우수성과 한식에 대한 비전을 제시하여 전공학생들에게 한식에 대한 올바른 인식 고취 및 한식의 계승·발전을 위한 발판을 마련함으로써 성공적인 한식세계화를 이루어 나가야할 것이다.

이상의 연구를 통해 시사점을 제시하면 다음과 같다.

한식을 세계화 하려면 우선적으로 웰빙, 로하스, 슬로푸드 트렌드에 따라 외식관련전공 학생의 한식을 통한 정체성 수립에 필요한 교육 인프라 확충, 한식전문 교육 프로그램 및 커리큘럼 개발, 교육기관의 구체적이고 체계적인 교육이 필요하고, TV다큐제작, CF제작, 인터넷 포털 사이트 구축, SNS(Social Network Service) 등의 활용을 통한 다양한 홍보가 필요하며 이를 통해 전문인력을 양성하고 활용하여 한식세계화 사업을 가속화해야 할 것으로 사료된다.

나아가 한식세계화의 성공을 위해서는 정부·업계·학계·연구기관 등이 적극 동참하고 협력관계를 유지함으로써 시너지 효과를 극대화 시키고 한식세계화의 진행현황에 대한 즉각적 홍보가 필요하며 최근 K-pop 등 한류 확산에 맞추어 다양한 형태의 한식세계화 사업을 추진해야 할 것이다.

본 연구는 일부 지역의 외식관련전공 학생으로만 국한되어 일반화하는데 어려움이 있으므로 한계점을 보완한 지속적인 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 향후 연구에서는 전공별 한식세계화에 대한 인식 및 내외국인의 인식비교, 전문가집단의 한식세계화에 대한 인식 연구 등 지속적인 관심과 연구가 이루어져야 할 것이다.

한글 초록

본 연구는 미래의 외식산업과 한식세계화의 주축이 될 외식관련 분야를 전공하는 대학생 및 대학원생을 대상으로 한식 및 한식세계화에 대한 중요도 인식과 한식세계화 가능성에 대한 전반적인 인식을 파악해 보고, 한식세계화에 미치는 영향요인의 분석을 통해 한식세계화의 발전방안을 제시하고 나아가 한식세계화 및 전문 인력양성을 위한 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있다. 조사기간은 2011년 4월 1일부터 2010년 4월 30일까지 실시하였으며 총 300부의 설문지 중 277부가 통계분석에 활용되었으며 분석방법은 빈도분석, 기술통계, t-test, 일원배치분산분석, 요인분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 한식에 대한 인식은 '한식은 영양이 균형 잡힌 건강식품이다'를 가장 높게 인식하는 것으로 나타났다. 둘째, 한식세계화에 대한 중요도 인식은 '한식메뉴 조리법 및 외국어 명칭 표준화'를 가장 중요한 과제로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 셋째, 한식세계화의 가능성에 대한 견해는 '한식세계화에 대해 관심이 많다'가 가장 높게 나타났다. 넷째, 한식 및 한식세계화에 대한 인식은 교육수준에 따라 차이가 나타났다. 다섯째, 한식에 대한 인식이 한식세계화에 미치는 영향을 분석한 결과 한식의 품질성과 건강성 요인 모두 한식세계화에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

감사의 글

본 논문은 2010학년도 경기대학교 연구년 수혜로 연구되었습니다.

참고문헌

변동헌(2011. 6월). 한식세계화 사업 현황 및 계획. *제26차 한국외식경영학회 춘계 정기학술 발표대회*, 청운대학교, 37-45.

방문규(2009). 한식 산업화·세계화 추진계획(안). *식품산업과 영양* 14(1):1-11.

한국외식정보(2011) 한국외식연감. 한국외식정보(주), 419-481, 서울.

Chang HJ, Choi BR, Lee NY, Park BS, Kim HS (2010). Preferences and Product Development Opinions of Koreans and Non-Koreans Regarding Commercialization of Korean Foods. *Korean J Food Cookery Sci* 26(4): 458-468.

Han GJ, Lim YS, Kim HR (2007). Resident survey evaluating the degree of value placed on traditional Korean foods in the Kyunggi and Kangwon areas of Korea. *Korean J Food Cookery Sci* 23(1):124-139.

Jin YH, Cho JO(2OO7). The Effect of the Next Generation's Recognition of Traditional Food on the Popularization of Foodservice Industry. *Korean J Culinary Res* 13(3): 1-11.

Jung YW(2010). An Exploratory Study on the Globalization of Korean Cuisine through the Application of Multicultural Cuisine. *Korean J Culinary Res* 16(2):170-184.

Kang JH, Kim JE(2009) A Survey of the Perception of the Superior Factors to of Korean Traditional Foods by College Students with Food Related Majors. *Korean J Food Culture* 24(2):155-163.

Kim JS (2005) Universalizing Korean Food. *Korean J. Food Culture* 20(5):499-507.

Kim TH, Lee EJ, Lee EJ (2009). A Study on Perception and Globalization of Korean Food among University Students with Food-Related Majors. *Korean J Food Culture* 24(6):597-606.

Kwon YJ, Shin BG (2010). The Impact of Understanding Korean Food on Image, Attitude, and Globalization Regarding Korean Food. *Korean J Culinary Res* 16(2):136-154.

Lee EJ, Kim TH, Kim DR (2008). Globalization of Korean Cuisine through the Korean Food Items Promotion -Focus on Marketing Strategy of Korean Food Items-. *Korean J Food Culture* 23(6):729-736.

Lee YJ (2010). The Effects of Korean Food Globalization on Foreigners' Perception of Wellbeing Value and Experience with Korean Food. *Korean J Food Culture* 25(5):487-498.

Lee YJ, Lee SB (2008). Influences of Globalization Strategy Factors of Korean Food on Country Image, Attitudes toward Korea and Product Buying Intention of Chinese and Japanese Consumers. *Korean J Hospitality Administration* 17(3):117-135.

Lim HJ, Lee IH, Suk WH, Lee JM, Choue RW (2010). Evaluation of the Globalization of Korean Foods and Yak-sun among Nationalities of Foreigners Living in Korea. *Korean J Food Culture* 25(6):671-679.

Min KH(2009a). A Study on Cultivating Korean Chefs for the Globalization of Korean Food. *Korean J Food Cookery Sci* 25(4):506-512.

(2009b). Analysis of Academic Research Trends Pertaining to Globalization of Korean Food. *Korean J Food Cookery Sci* 25(5): 606-618.

Min KH(2010). Recognition and Preference of University Students on Korean Food in Australia. *Korean J Culinary Res* 16(5):92-102.

Min KH(2011). A Study on the Globalization of Korean Food and Actual Conditions of Korean Restaurants in Australia by an In-Depth Interview. *Korean J Culinary Res* 17(1):44-57.

Na JK(2007) A Study on Globalization of Korean Restaurants. *J Foodservice Management Soc Korea* 10(2):155-179.

Park MJ, Kim SE, Kim GW (2009). Meal Types and Preference on Korean Traditional Foods of University Students in Chungnam. *Korean J Human Ecology* 18(2): 491-500.

Shin BG, Kwon YJ (2010). Difference analysis on the cognition, image, attitude, and globalization of Korean foods among american, chinese, and japanese groups. *J Foodservice Management Soc Korea* 13(3):311-332.

Song JS, Moon SJ(2011). Survey of Chinese University or College Students'` Preference for and Satisfaction with Korean Food in Daegu and Gyeongbuk. *Korean J Food Culture* 26(2): 113-119.

2011년 07월 31일 접 수
2011년 09월 01일 1차 논문수정
2011년 09월 26일 2차 논문수정
2011년 12월 07일 게 재 확 정