

# 국내거주 외국인의 정주화에 따른 한국 음식점 선택

## Selection of Korean Cuisine Restaurants of Foreigners Living in the Korea

이상미

세명대학교 호텔관광학부

Sang-Mi Lee(lee644@hanmail.net)

### 요약

본 연구는 국내에 거주하는 외국인을 대상으로 문화적응에 기준이 되는 거주기간에 따른 한국 음식점의 선택과 문화 적응도에 미치는 영향을 파악하여 더 넓은 소비시장의 영역을 확장하기 위한 기초자료로 제시하고자 한다. 설문지는 250부를 배포하여 220부를 실증분석에 활용한 결과는 다음과 같다.

첫째, 외국인들은 기술습득과 훈련, 타 문화 및 경험을 습득하기 위해 방문하였고, 한국문화에 대해 보통이거나 잘 모르며, 한국음식에 대해서는 30.5%로 조금 잘 먹는 것으로 나타났다. 거주기간은 2년 미만이고, 한국생활에서 가장 힘든 점은 의사소통의 불명확성, 무례한 행동·태도·언어로 나타났다. 둘째, 한국 음식점을 이용하는 목적은 '친구와 즐거운 시간을 보내거나', '특별한 음식을 먹기 위해서'이고, 한국음식은 점심과 저녁에 먹는 반면에 모국음식은 시간적인 여유가 많은 주말에 하는 것으로 나타났다. 셋째, 한국 음식점 선택에서 2년 미만인 경우 '서비스'와 '위생 및 청결' 요인을 높게 인지하는 반면에 4년 이상은 '입지' 요인을 높게 평가하는 것으로 나타났다. 넷째, 한국문화 적응도에서 2년 미만인 경우가 '정체성 및 한국문화'를 높게 인지하는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 한국 음식점 | 문화 적응도 | 정주화 |

### Abstract

The article is to investigate selection of Korean cuisine restaurants and levels of acculturation for foreigner living in Korea and to suggest some guidelines for drawing them and enlargement in consuming market.

Out of 250 questionnaires, 220 questionnaires were used for data analysis. The findings are showed visiting for taking experience other culture and learning technology & training, not knowing well much about Korean culture, and eating experience Korean food on 30.5%, less than 2 years length in Korea. And the most difficult points are showed unclear communication, rude behavior, attitude, and language in living Korea. Second, the purpose of visiting restaurant is to spend good time with friends and to eat out special food, then foreigners usually have lunch & dinner Korean food, their own food on weekend. Third, 'service' and 'sanitation & cleanness' factors were ranked highly for foreigners living less than 2 years, but 'location' factor was ranked highly for residents living more than 4 years in the Korea. Last, foreigners living less than 2 years recognized highly on 'identification and Korea culture' in the Korea.

■ keyword : | Korean Cuisine Restaurant | Acculturation | Habitation |

## I. 서론

Gove *et. al.* [1]은 타국에 대한 문화적인 적응(acculturation)을 하기 위해 이민을 한 사람들의 식생활에도 많은 영향을 미친다고 하였고, 주로 언어, 대중매체 사용여부, 자신감, 모국에 대한 정체성이 문화적응에 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다[2]. 국내에 거주하는 외국인이 5년 이상 체류하면서 한국어, 문화, 음식, 대인관계에 대한 한국문화와 융화되어가면서 동질감을 형성하고 지역주민으로서 생활하게 되는 정주화 단계에 들어선다. 그러나 진입하는 과정에서 이질감으로 문화적인 마찰이 발생하게 되고, 기본적인 의식주에서 외국인이 가장 힘들어야 하는 것 중의 하나가 한국 음식에 대한 적응이다[3].

민족음식(ethnic food)을 서로 공유하는 것은 높은 수준의 친교와 더불어 거부감없이 서로를 받아들이는 것을 의미하고, 상호간의 이해와 문화교류의 폭을 증진시킨다고 하였다[4].

국내에서 거주하고 있는 외국인은 외국인 근로자, 결혼이민자, 유학생, 재외동포, 상시 주재원, 기타로 약 110만 6,884명이고, 이 중에서 중국인이 56.5%, 동남아시아 21.2%, 미국 5.4%이다[5]. 최근 TV에 언급되었듯이 외국인의 비중이 2009년 2%, 2020년 약 5%, 2050년에는 9.2%로 증가하여 다문화 및 다민족 사회로 진입할 것으로 예상하고 있다.

현재, 우리나라는 다문화 사회의 진입과 외국인들의 사회적 영향력이 증가하고 있고, 이들은 다양한 분야의 생산활동에 기여하고 있으며, 소비생활을 통하여 욕구를 충족시키고 만족을 추구하고 있다는 점에서 중요한 소비자 집단으로 인식해야 할 것이다.

외국인과 한국 음식에 관한 대부분의 연구는 한국을 방문한 외국인 관광객을 대상으로 하였고, 한국음식의 선호도 또는 인지도[6-11], 한국 음식점의 만족도 및 재방문[12][13], 한국음식의 선택동기[14]이다.

따라서, 본 연구는 문헌적인 고찰과 실증분석을 통하여 국내문화에 적응을 하면서 생활하고 있는 외국인을 대상으로 정주화의 기준이 되는 거주기간에 따라 한국 음식점 선택과 한국문화 적응도에 어떠한 유의적인 차

이가 있는지 분석하고자 한다. 이로써 국내 거주 외국인 유인하고 더 넓은 소비시장 영역을 확장하기 위한 기초자료로 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 레스토랑 선택 속성에 관한 연구

세계적인 레스토랑 평가기관인 Zagat는 음식 맛, 레스토랑의 실내 디자인, 종사원의 서비스, 가격이 기준이 되며, Michelin에서는 음식 가격, 질, 고객응대, 분위기, 음식, 조식여부, 편안함과 조용함, 종사원의 복장, 서비스, 미슐랭 가이드에 대한 신뢰도로 평가기준을 제시하였다[15]. Cadotte·Turgeon(1988)은 주차가능, 주변의 교통환경과 면적, 소음 정도, 영업시간, 레스토랑의 청결성과 적정성, 규모, 종사원의 용모와 태도, 불평처리 수준, 서비스 품질, 다양한 서비스, 음식·음료의 질, 양, 가격, 서비스 지식, 메뉴의 다양성, 실외 디자인, 광고 내용, 레스토랑 위치 및 주변 환경, 영수증 발급, 레스토랑 외부의 혼잡성, 예약시스템으로 레스토랑을 선택하는 속성으로 제시하였다[16]. Morgan(1993)은 음식 맛, 신속·정확한 서비스, 메뉴선택의 다양성, 소음수준, 재미있는 분위기, 아이와 어울리는 분위기, 레스토랑 규모, 친절한 직원, 풍부한 경험이 많은 직원, 즐거운 분위기, 음식의 질, 가격가치, 편리한 시간대로 제시하였고[17], 김홍범과 허창(1998)은 종사원과 레스토랑의 위생과 청결, 메뉴선택의 다양성과 불거리 제공, 외관, 이미지 및 분위기, 음식의 맛과 영양, 어린이 시설, 특수고객을 위한 메뉴/흡연석 구분, 접근편리성과 주차시설, 야외시설과 서비스, 가격 및 수용능력, 서비스의 10개 차원의 34개 평가기준을 제시하였다[18].

### 2. 외국인의 레스토랑 선택에 관한 연구

장정희와 서선희(2009)의 연구에서 중국인은 한국 음식에 대한 태도와 이해도가 높고, 미국과 캐나다인은 한국 음식점에 대한 만족도와 재방문 의도가 높게 나타났고, 전체적으로 음식의 맛과 품질, 가격을 가장 중요시하는 것으로 나타났다[13].

국내에 거주하고 있는 중국인은 ‘음식의 맛’ 때문에 한국음식을 선호하고, ‘자극적인 맛(맵다)’ 때문에 싫어하는 것으로 나타났다[6]. 한국음식을 선택할 때 가장 중요시 고려하는 요소는 위생, 자연성분 함유, 민족음식(ethnic food), 건강요인으로 나타났다[14], 만족도와 재방문에 긍정적인 영향을 미치는 것은 ‘서비스’, ‘음식’, ‘위생 및 청결’요인으로 나타났다[12].

장문정과 조미숙(2000)은 응답자의 2/3이상이 한국을 방문하기 전에 주로 친구 및 지인의 소개(59.9%)로 한국음식을 먹어본 경험이 있고, 한국음식점 이용시 가장 불편한 점은 종사원과의 의사소통(46.2%), 메뉴의 어려운 설명(48.5%)으로 나타났다[10]. 미국에 있는 한국 음식점을 이용하는 미국인이 가장 선호하는 음식은 grilled beef이며, 조리방법은 grilling, sizzling, frying의 순으로 선호하는 것으로 나타났다[11].

외국인이 거주기간이나 한국음식에 대한 지식이 증가할수록 한국음식의 특성과 효능에 대한 이해도와 선호도가 증가하는 것으로 나타났다[19-21]. 다시 말하면, 현지에서 체류기간이 증가할수록 현지문화에 동화될 가능성이 높고[22], 융화되고 동화됨에 따라 특별한 선호를 찾아볼 수 없다고 하였다[23].

Bojanic·Xu(2005)의 경우 미국에 거주하는 중국인은 거주기간이 길고, 고소득일수록 자녀들 때문에 미국 어린이와 사귀고, 미국문화에 대한 적응도가 매우 높고, TV, 영화, 신문을 이용하고 영어를 사용함으로써 미국 문화에 동화되어간다고 하였다[24]. 문화적인 적응 수준은 연령, 성별, 자녀유무와 같은 기본적인 인구통계적인 사항과 관련이 있을 뿐만 아니라[25], 체류기간[26] 또한, 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Kim·Chan(2004)은 재미교포의 경우 문화적응이 낮은 집단은 쌀, 비빔밥, 된장찌개, 생선찌개, 김치찌개, 생선구이를 소비하는 반면에 문화적응이 높은 집단은 빵, 시리얼, 스파게티, 햄, 샐러드, 캔디 및 다이어트음료수를 많이 소비하는 것으로 나타났다[2].

Guadalupe·Mueller·Lopez·Madurga·Campbell·Elder(2005)의 연구에서 미국내 거주하는 남미 여성들은 자택과 근무지와의 거리, 식품의 이용가능여부, 식품의 영양성분 표시정도, 서비스, 어린이 메뉴 및 놀이터, 접근

성에 근거하여 패스트 푸드, 테이트 아웃 및 배달, 일반 레스토랑을 선택하는 반면에 미국에서 고소득의 젊은 여성이고 거주기간이 길수록 패스트 푸드를 선호하는 것으로 나타났다. 미국문화에 동화되었고 오랜 기간 동안 미국에 거주한 젊은 남미여성일수록 건강한 음식을 제공하는 레스토랑에 대한 정보를 얻으려고 하는 반면에 전통적인 남미 여성은 대형 슈퍼마켓을 돌아다니면서 단순한 정보를 얻으려고 한다고 하였다[27]. 즉, 그 나라에 체류기간이 길어질수록 음식문화도 동화되어 가고 있음을 알 수 있다.

국내에 3년 이상 체류한 외국인들은 한식(김밥, 된장찌개, 김치찌개, 매운탕)을 선택하였고, 음식 맛과 더불어 영양도 중요한 요소로 선택하였다. 즉, 타 국가에 체류기간이 길수록 그 나라의 음식, 관습 및 특성을 포함하는 모든 문화적인 요소를 자연스럽게 받아들인다고 하였다[28]. 한국 거주기간이 길수록 한국음식에 대한 이해나 기본특성에 대한 지식이 증가할수록 한국음식에 대한 선호도가 증가하는 것으로 나타나 거주기간과 음식에 대한 태도가 달라진다는 것을 알 수 있다[8].

### III. 연구설계 및 실증분석

#### 1. 연구설계

우리나라 인구의 약 1.8%를 차지하고 있는 외국인들이 국내문화에 적응하고 동화되어가는 것을 정주화라 한다. 따라서, 이들의 체류기간에 따라 한국 음식점 선택과 한국문화 적응도에 어떠한 유의적인 차이가 있는지 분석하고자 한다. 이로써 더 많은 외국인을 유인하고 더 넓은 소비시장의 영역을 확장할 수 있는 기초자료로 제시하고자 한다.

연구가설 설정에 있어서 Guadalupe et al(2005), 주규희·설원식(2007), 김선아 외(2004), 박지영(2005)의 연구에 기초하여 “거주기간에 따라 한국 음식점 선택에 유의적인 차이가 있을 것이다”의 가설 I을 설정하였다.

Kim·Chan(2004), Bojanic·Xu(2005), 전선규·박재수(2000), 심영자의(2000), 박지영(2005)의 연구에 기초하여 “거주기간에 따라 한국문화 적응도에 유의적인 차이

가 있을 것이다”의 가설 II를 정하였다.

설문지 구성에서 첫째 한국 음식점 선택에 관한 항목은 Cadotte·Turgeon(1988), Morgan(1993), 김홍범과 허창(1998), 윤희려(2005), 이연정(2006), 설원식의(2007), 심영자의(2000)의 연구에 기초하여 레스토랑 전문가들의 예비조사를 통하여 19개의 항목을 도출하였다. 둘째, 한국문화 적응도에 대한 변수는 Kim·Chan(2004), Bojanic·Xu(2005)의 연구에 기초하여 10개 항목을 도출하였고, 리커트 5점 척도를 이용하였다. 셋째, 한국과 모국의 문화차이, 그리고 음식점의 이용행태 및 인구통계적인 사항으로 구성된다.

한국 음식점에 대한 정의는 호텔 및 프랜차이즈 업체를 제외한 일반적인 한국 음식을 판매하는 곳으로 규정하였다. 설문지는 수도권에 거주하고 있는 외국인을 대상으로 하였고, 설문조사의 성격과 내용에 대해 사전에 교육을 받은 조사원이 1:1 면접으로 자기기입법으로 실시하였다. 조사기간은 2009년 9월 1일에서 20일까지 3주간에 걸쳐 250부의 영어 설문지를 배포하여 220부를 분석에 활용하였다.

표 1. 인구통계적인 사항

변수	구분	빈도	비율	변수	구분	빈도	비율
성별	남성	131	59.5	결혼	미혼	141	64.1
	여성	89	40.5		기혼	76	34.5
					기타	3	1.4
연령대	20대	129	58.6	소득	100만원	47	21.4
	30대	69	31.4		100~200	89	40.5
	40대	16	7.3		200~300	49	22.3
	50대	6	2.7		300 이상	35	15.9
교육수준	고졸	41	18.6	직업	사무직	39	17.7
	대학졸/재학	106	48.2		서비스업	27	12.3
	대학원졸/기타	57	25.9		자영업	31	14.1
					전문직	31	14.1
					공무원	21	9.5
					주부	21	9.5
			학생	50	22.7		

인구통계적인 사항에서 대학을 졸업한 20~30대의 미혼 남성이고 200만원 미만의 소득을 갖고 있으며 주로 학생, 사무직 및 자영업업을 하는 것으로 나타났다.

한국문화에 대한 일반적인 내용에서 외국인이 우리나라를 방문하는 목적은 기술습득과 훈련 61(27.7%), 타 문화 및 경험습득 75(34.1)이고, 한국어 구사 정도에서 잘 못한다 73(33.2%), 보통 71(32.3%)로 나타나서 기

본적인 한국어를 구사하는 것으로 의미된다. 또한, 한국 문화에 대해서 모른다가 71(32.3%), 57(25.9%)이고, 한국음식은 48(21.8%), 67(30.5%)로 보통과 조금 잘 먹는 것으로 나타났다.

거주기간은 140(63.6%)로 2년 미만이 가장 많았고, 한국생활에서 힘든 점은 의사소통의 불명확성 32.7%와 무례한 행동·태도·언어가 20%로 나타났고, 약 36% 정도가 한국 사회에 어느 정도 적응하고 있는 것으로 나타났다.

표 2. 한국문화에 대한 일반적인 내용

구분	변수	빈도	비율	구분	변수	빈도	비율
한국 방문 목적	경제적 소득	38	17.3	거주 기간	2년 미만	140	63.6
	기술습득과 훈련	61	27.7		2~4년	44	20.0
	타 문화/경험습득	75	34.1		4년이상	36	16.4
	기타	46	20.9				
한국어 구사	전혀 못한다	26	11.8	한국 생활 어렵 점	의사소통의 불명확성	72	32.7
	많이 못한다	73	33.2		무례한행동/태도/언어	44	20.0
	보통	57	25.9		인종과 문화적인 차이	35	15.9
	조금 잘 한다	39	17.7		경제적인 어려움	20	9.1
한국 문화	매우 잘 한다	25	11.4	한국생활의 정보부족	종교적인 차이	22	10.0
	전혀 모른다	17	7.7		기타	18	8.2
	많이 모른다	57	25.9			9	4.1
	보통	71	32.3				
한국 음식	조금 알고 있다	53	24.1	한국 사회 적응	전혀 적응 못함	3	1.4
	매우 잘 알고 있다	22	10.0		많이 적응 못함	31	14.1
	전혀 못 먹는다	13	5.9		보통	79	35.9
	많이 못 먹는다	47	21.4		조금은 적응함	81	36.8
	보통	48	21.8		매우 잘 적응함	26	11.8
조금 잘 먹는다	67	30.5					
매우 잘 먹는다	45	20.5					

표 3. 한국 음식점의 이용행태

구분	변수	빈도	비율	구분	변수	빈도	비율
방문 목적	친구와 즐거운시간	81	36.8	비용	1만원 미만	49	22.3
	적절한 모임장소	41	18.6		1~1.5	45	20.5
	기념일축하	11	5.0		1.5~2	45	20.5
	특별한 음식 먹기	68	30.9		2~2.5	39	17.7
	기타	19	8.6		2.5~3	25	11.4
					3만원 <	17	7.7
동반자	연인	33	15.0	한국 음식 이용	아침식사	22	10.0
	친구/선·후배	101	45.9		점심식사	88	40.0
	직장동료	26	11.8		저녁식사	80	36.4
	가족/친척	44	20.0		없음	12	5.5
	기타	16	7.3		3끼니	18	8.2
이용 횟수	1~2회	80	36.4	모국 명절날	아침식사	48	21.8
	3~5회	72	32.7		점심식사	29	13.2
	6~8회	27	12.3		저녁식사	47	21.4
	9회 이상	41	18.6		주말	66	30.0
						30	13.6

한국 음식점 방문목적은 친구와 즐거운 시간을 보내고, 특별한 음식을 먹기 위해서 36.8%, 30.9%이고, 이용

횟수는 월 1-2회(36.4%), 3-5회(32.7%)로 주 1회 정도이다. 이용시간대는 점심 40%와 저녁 36.4%이며, 모국 음식은 시간적인 여유가 많은 주말 66(30.0%)에 하는 것으로 나타났다.

표 4. 한국 음식점 선택의 요인분석

요인명 (신뢰도 계수)*	요인변수***	요인적재량**
서비스 ( $\alpha = 0.84$ : 15.99)	고객의 불평처리 능력	.821
	종사원의 친절성	.809
	종사원의 태도	.775
	신속한 서비스 제공	.742
위생 및 청결 ( $\alpha = 0.83$ : 15.62)	식당 내·외부의 위생과 청결	.840
	주방의 위생과 청결	.784
	화장실 청결성	.767
	종사원 청결성	.714
인테리어 ( $\alpha = 0.75$ : 14.23)	식당 실내장식 및 구조	.782
	건물외관 및 디자인	.742
	식당 주변환경	.701
	실내분위기(음악, 조명)	.679
음식 ( $\alpha = 0.66$ : 10.05)	음식의 양	.747
	음식 가격	.738
	음식의 맛	.673
	음식의 질	.548
입지 ( $\alpha = 0.76$ : 9.19)	식당위치	.877
	교통의 접근성	.860

\* 베리맥스 회전 후 아이겐 값이 1을 넘는 요인을 추출, 각 요인에 대한 설명 분산값은 65.11%  
 \*\* 요인적재량이 0.5 이상인 값을 나타냄.  
 \*\*\* Bartlett 구형성 검정은 근사 카이제곱= 1686.028, Sig.=.000

외국인의 한국 음식점 선택에 대한 요인분석에서 KMO값이 0.758이고, 크롬바 알파값이 0.60이상으로 측정항목의 신뢰성이 있는 것으로 나타났다. 총설명력은 65.11%이고, 5개 요인으로 ‘서비스’, ‘위생 및 청결’, ‘인테리어’, ‘음식’, ‘입지’요인으로 명명하였다.

표 5. 거주기간에 따른 한국음식점 선택의 차이분석

요인명	2년미만 (n=140)	2-4년 (n=44)	4년이상 (n=36)	F값 (p값)
서비스	3.39 ± 1.00 H	2.36 ± 1.06 -	2.27 ± 0.76 L	4.67*
위생 및 청결	3.38 ± 1.01 H	2.38 ± 1.01 -	2.22 ± 0.81 L	4.55*
입지	2.15 ± 1.02 L	2.18 ± 1.01 -	2.37 ± 0.75 H	5.12*

\*P<0.05

한국 음식점 선택의 차이분석에서 거주기간 2년 미만인 경우 ‘서비스’와 ‘위생 및 청결’ 요인을 높게 인지하는 것은 아직까지 국내문화에 익숙하지 않은 상태이며, 미숙한 한국어 사용으로 인하여 원하는 서비스를 적절하게 받지 못하기 때문인 것으로 해석된다. 반면에 4년 이상 거주한 경우 ‘입지’ 요인을 높게 인지하는 것은 의사소통에 큰 불편함을 느끼지 못할 정도로 한국문화에 동화되었기 때문에 식당의 위치나 교통의 접근성과 같은 편리성을 추구하기 때문이다. 즉, 거주기간에 따라 한국 음식점 선택에 있어서 집단간의 유의적인 차이가 있는 것으로 나타나서 가설 1이 채택되었다.

표 6. 한국문화 적응도에 대한 요인분석

요인명 (신뢰도계수) *	요인변수***	요인 적재량**
모국인의 행태 ( $\alpha = 0.88$ : 25.02)	나는 모국인의 행동을 가끔 이해하기 어렵다	.927
	나는 모국인의 태도를 가끔 이해하기 어렵다	.899
	나는 모국인의 가치관을 가끔 이해하기 어렵다	.872
한국인의 행태 ( $\alpha = 0.84$ : 23.20)	나는 한국인의 행동을 가끔 이해하기 어렵다	.900
	나는 한국인의 태도를 가끔 이해하기 어렵다	.862
	나는 한국인의 가치관을 가끔 이해하기 어렵다	.837
정체성 및 한국문화 ( $\alpha = 0.72$ : 21.92)	나는 모국의 국민이면서 또한 한국인이다	.774
	나는 한국TV 및 영화를 자주 관람한다	.737
	나의 친구는 대부분 한국인이다	.730
	나는 어디서든지 한국어를 사용한다	.700

\* 베리맥스 회전 후 아이겐 값이 1을 넘는 요인을 추출, 각 요인에 대한 설명 분산값은 70.15%  
 \*\* 요인적재량이 0.7 이상인 값을 나타냄.  
 \*\*\* Bartlett 구형성 검정은 근사 카이제곱= 896.954, Sig.=.000

한국문화 적응도의 요인분석에서 KMO값이 0.706으로 나타났고, 변수들의 측정항목간의 신뢰도를 나타내는 크롬바 알파값이 0.70이상이고, 총 설명력은 70.15%로 나타났다. 3개 요인으로 ‘모국인의 행태’, ‘한국인의 행태’, ‘정체성 및 한국문화’로 명명하였다.

표 7. 거주기간에 따른 한국문화 적응도의 차이분석

요인명	2년미만 (n=140)	2-4년 (n=44)	4년이상 (n=36)	F값 (p값)
정체성/ 한국문화	2.25 ± 0.90 H	1.00 ± 0.80 -	1.01 ± 0.92 -	29.05**

\*\*p(0.01)

한국문화 적응도 분석에서 거주기간이 2년 미만인 경우가 ‘정체성 및 한국문화’를 높게 인지하는 것으로 나

타났다. 이는 한국 TV 및 영화관람이나 한국인 친구를 사귀으로써 타국생활의 빨리 적응하고 다수 문화권에 진입하기 위한 과정이다. 즉, 체류기간이나 경제적으로 여유가 있는 집단인 경우 한국문화에 빨리 적응하고 자연스럽게 동화되어 가는 것으로 Kim·Chan(2004), Bojanic·Xu(2005), 전선규·박재수(2000), 심영자 외(2000), 박지영(2005)의 연구결과와 일치하는 것으로 나타났다. 거주기간에 따른 한국문화 적응도에 있어서 집단간에 유의적인 차이가 있는 것으로 나타나서 가설 II가 채택되었다.

#### IV. 결론

다양한 목적을 가지고 국내에 입국하는 외국인들이 매년 증가함에 따라 소비시장에서 외국인이 차지하는 비중 또한 증가하고 있는 추세이다. 본 연구는 국내에 유입된 많은 외국인을 대상으로 국내문화에 적응 기준이 되는 거주기간에 따른 한국 음식점의 선택과 한국문화 적응도에 미치는 영향을 파악하고자 하며, 실증분석을 통한 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 한국문화의 일반적인 내용에서 국내 거주 외국인들은 기술습득과 훈련, 타 문화 및 경험을 습득하기 위해 방문하였고, 기본적인 한국어를 구사하는 것으로 나타났다. 한국문화에 대해 32.3%, 25.9%로 보통이거나 잘 모르며, 한국음식은 30.5%로 조금 잘 먹는 것으로 나타났다. 거주기간은 63.6%로 2년 미만이고, 한국생활에서 가장 힘든 점은 의사소통의 불명확성, 무례한 행동·태도·언어에서 32.7%, 20%로 각각 나타났다. 둘째, 한국 음식점을 이용하는 목적은 친구와 즐거운 시간을 보내거나, 특별한 음식을 먹기 위해서 이고, 한국음식은 점심과 저녁에 먹는 반면에 모국음식은 시간적인 여유가 많은 주말에 식사를 하는 것으로 나타났다. 셋째, 거주기간에 따른 한국 음식점 선택에서 2년 미만인 경우 '서비스'와 '위생 및 청결' 요인을 높게 인지하는 반면에 4년 이상은 '입지' 요인을 높게 평가하는 것으로 나타났다. 넷째, 거주기간에 따른 한국문화 적응도에서 2년 미만인 경우가 '정체성 및 한국문화'를 높게

인지하는 것으로 나타났다.

이러한 실증분석 결과를 토대로 다음과 같은 시사점이 나타났다. 첫째, 다민족 및 다문화 사회로 진입하고 있는 우리나라는 외국인 구성원들이 자연스럽게 한국문화에 융화되기 위해서 지역사회에서는 다문화 센터 운영이나 학교 및 기업차원에서는 다문화 관련 교육과정이 이루어져야 할 것이다. 둘째, 레스토랑 자체의 미스테리 사파나 외국어 교육에 따른 인센티브를 제공함으로써 글로벌 시대에 부합되는 높은 수준의 서비스가 이루어져야 할 것이다. 셋째, 남은 반찬 재사용 금지, 오픈 키친, 주방에 CCTV를 설치함으로써 고객들에게 위생과 청결에 대한 신뢰도를 높일 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점은 첫째, 영어로 된 설문지로 외국인이 모국어가 아닌 영어로 이해하는데 있어서 다소 한계가 있을 것이다. 둘째, 국내 거주 외국인을 국적, 종교 등으로 세분화하여 집단별로 비교분석하지 못하였다.

#### 참고 문헌

- [1] P. B. Gove, S. B. Flexner, and L. C. Hauck, 'The Random House Dictionary of the English Language', 2nd ed. New York: Random House.
- [2] J. S. Kim and M. M. Chan, "Acculturation and dietary habits of Korean Americans", British J. of Nutrition, No.91, pp.469-478, 2004.
- [3] 유명기, "재한 외국인 노동자의 문화적 적응에 관한 연구", 한국문화인류학, 제27권, pp.145-180, 1995.
- [4] K. W. Seo, *A research on Korean food preference and satisfaction level on Korea restaurant of Japanese and Chinese students in Korea*, MS Thesis, Kyoung Hee University, 2003.
- [5] 조선일보, 2009. 8.6
- [6] 권석임, 윤숙자, "서울 거주 중국인들의 한국전통 음식에 대한 인지도와 기호도 조사", 한국식생활

- 문화학회지, 제2권, 제1호, pp.17-30, 2006.
- [7] 윤혜려, “국내 체류 외국인들의 출신지역에 따른 한식에 대한 인지도 및 선호도 연구”, 한국식생활 문화학회지, 제20, 제3호, pp.367-373, 2005.
- [8] 설원식, 이동훈, 고경일, 주규희, “제한 외국인의 한국음식 선호도 영향 요인에 관한 연구”, 국제지역연구, 제11권, 제3호, pp.712-733, 2007.
- [9] 이연정, “방한 일본관광객의 한국음식에 대한 인식, 만족도 및 재방문 의도에 관한 연구”, 한국식품조리과학학회지, 제22권, 제2호, pp.156-164, 2007.
- [10] 장문정, 조미숙, “외국인의 한국음식에 대한 인지도와 기호도”, 한국식생활문화학회지, 제15권 3호, pp.215-223, 2000.
- [11] 배영희, 진린자오, “한국음식점에 대한 외국인의 기호도, 인지도 및 고객 만족도”, 외식경영연구, 제6권, 제2호, pp.85-100, 2003.
- [12] 이상미, 정현영, “국내거주 외국인의 한식 레스토랑 선택과 만족도 및 재방문에 관한 연구”. 외식경영연구, 제12권, 제1호, pp.293-313, 2009.
- [13] 장정희, 서선희, “외국인의 출신국적과 관여도에 따른 한국 음식에 대한 태도와 한국 음식점 이용행태”, 외식경영연구, 제12권, 제4호, pp.141-160, 2009.
- [14] 김선주, 조미희, 이경희, “국내거주 외국인의 음식선택 동기에 관한 연구”, 한국식생활문화학회지, 제25권, 제2호, pp.141-149, 2010.
- [15] 정규엽, *Hotel Restaurant Marketing*, 서울: 연경문화사, 2001.
- [16] E. Cadotte and N. Turgeon, “Key factors in guest satisfaction”, *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol.28, No.4, pp.44-51, 1988(2).
- [17] S. M. Morgan, “Benefit dimensions of midscale restaurants chains,” *The Cornell H.R.A. Quarterly*, Vol.34, No.2, pp.40-45, 1993.
- [18] 김홍범, 허창, “고객의 외식동기에 따른 레스토랑 선택속성의 차이: 외국 체인레스토랑을 중심으로”, 관광학연구, 제21권, 제2호, pp.205-221, 1998.
- [19] 주규희, 설원식, “한국 거주 외국인의 한국음식 선호도에 영향을 미치는 요인분석”, 한국국제경영관리학회, 2007 추계국제학술대회 논문집, pp.355-371, 2007(10).
- [20] 주나미, 심영자, 이경아, 정희선, 박선정, 전희정, “한국전통음식에 대한 주한 미국인의 인식 및 기호도 조사”, 대한가정학회지, 제39권, 제6호, pp.9-15, 2001.
- [21] 김선아, 이민아, 김은미, 이승주, “외래관광객과 주한 외국인의 한국음식 및 전통외식업체에 대한 인식 차이비교분석”, 한국조리과학학회지, 제20권, 제6호, pp.619-629, 2004.
- [22] 전선규, 박재수, “해외주재원의 문화적응과정에서 불확실성 감소와 해외체류에 대한 만족”, 경영학 연구, 제29권, 제2호, pp.197-212, 2000.
- [23] 심영자, 정복미, 김은식, 주나미, “미국 거주 기간에 따른 재미한인들의 한국음식 세계화에 관한 설문 조사 연구”, 한국식품조리과학학회지, 제16권, 제3호, pp.210-215, 2000.
- [24] D. Bojanic and Y. Xu, “An investigation of acculturation and the dining-out behavior of Chinese living in the United States,” *Int’l J. Hospitality Management*, Vol.25, No.2, pp.211-226, 2005(6).
- [25] K. Cason and N. Ly, Current dietary pattern and acculturation of Chinese Americans in Pennsylvania, *Topics in Clinical Nutrition*, Vol.18, No.4, pp.291-301, 2003.
- [26] M, Dato-on, Cultural assimilation and consumption behaviors a methodological investigation, *J. of Managerial Issues*, Vol.12, No.4, p.427, 2000.
- [27] X. A. Guadalupe, K. Mueller, E. Lopez-Madurga, N. R. Campbell, and J. P. Elder, “Restaurant and food shopping selections among latino women in southern California,” *J. of the American dietetic association*, Vol.105,

No.1, pp.38-45, 2005(1).

[28] 박지영, *외국인 노동자의 식생활 실태에 관한 연구*, 동국대학교 대학원 석사학위논문, 2005.

### 저자 소개

이 상 미(Sang-Mi Lee)

정회원



- 1989년 : 명지대학교 어문학사
- 1993년 : 미. FIU 호텔외식경영학 석사
- 2001년 : 세종대학교 호텔관광학과 경영학박사

▪ 현재 : 세명대학교 호텔관광학부 조교수

<관심분야> : 브랜드, 마케팅, 외식경영