

제8주제 : 18:10~18:40

호텔 일식레스토랑 세트메뉴 선택 연구
- 광주·전남 4개 호텔을 중심으로 -

발표자 : 박계영(성덕대학)

좌 장 : 송청락(한림성심대학)

토론자 : 오혁수(안산공과대학)
김경모(부산파라다이스)

호텔 일식레스토랑 세트메뉴 선택에 관한 연구

- 광주·전남 4개 호텔을 중심으로 -

박 계 영 (성화대학)

1. 서 론

국내의 경제구조가 버블경제 형태를 지속하고 있는 가운데, 특히 호텔기업은 내·외적 환경변화의 영향에 매우 민감하게 반응을 보일 수밖에 없다.

이러한 상황에서도 호텔기업의 성장배경은 시설분위기의 새로운 연출, 다양한 정보와 서비스 제공, 대량 생산성의 개념보다는 고객우선주의의 질적 향상을 위해 지속적인 변화와 도전에서 기인한다고 말할 수 있다. 우리는 흔히 호텔을 경영한다기 보다는 호텔을 관리한다고 하는 것이 훨씬 쉽게 그 의미가 전달될 것이다. 그러나 합리적이고 효율적인 관리 방법과 기준 및 구체적인 절차를 찾아서 이용하려고 할 때 접근하기가 그리 쉽지 않다.

호텔 관리 분야에서도 식음료부분만큼은 각 부대영업장이 고급화, 대형화, 다양화 되어가면서 자리매김을 하고 있다는 것이 매우 다행스러운 일이다. 이는 호텔관리의 중심적인 수익발생 부서로 그 기능과 역할을 다하고 있는 증거이기도 하다(김기영, 2002).

특히 2000년 ASEM과 2001년 한국방문의 해 및 아시아 경기대회 그리고 2002년 월드컵대회 등 대규모 행사를 성공적으로 개최를 한 우리나라로서는 관광관련 산업 중에서도 호텔기업은 매우 큰 비중을 차지하고 있다. 과거의 호텔기업이라면 숙박시설인 객실에 비중을 많이 두어, 객실 수만 늘리면 되었지만 지금은 식음료가 차지하는 비중이 점점 더 많아지고 있다. “1999년 서울 특1급 호텔 경영실적 현황분석” 자료에 의하면 서울 특1급 호텔들의 식음료와 객실의 평균 수입률은 식음료 50%(연회 9.6% 포함), 객실 39%, 기타 9% 이었다. 이것은 1998년도 식음료부문의 수익이 IMF 금융위기 때문에 일시적으로 감소되었던 것을 감안한다면 경기회복과 함께 식·음료부문에서 생기는 수익은 계속 늘어 날 전망이다(백재현, 2000).

호텔레스토랑의 운영은 고객측면과 경영관리측면이라는 양면성을 바탕으로 한 고객관리, 원가관리, 종업원관리, 그리고 시설관리가 잘 이루어질 때만 가능한 것이다. 레스토랑 경영에 있어서 가장 중요한 역할을 하는 것은 메뉴이다. 메뉴는 레스토랑 운영의 기본요소로서 메뉴에 의해 가격, 입지 계획, 장비, 서비스, 실내 장식들이 달라지기 때문에 운영계획의 가장 중요한 요인으로 작용한다. 즉, 레스토랑은 메뉴(식·음료)를 중심으로 관리되어야 합리적이고 과학적인 계획과 디자인을 통하여 관리되어야 한다. 이러한 노력의 결과에 의해 평가받을 수 있는 메뉴계획은 진정 소비자, 고객의 만족에서부터 계획의 의의를 찾아야 한다(김기영, 2002).

그리고 지속적인 평가와 분석을 통하여 이용객들의 다양한 메뉴선택요인에 대한 능동적이고 유연성 있는 전략수립이 필요하다.

메뉴는 호텔레스토랑에 대한 이미지와 메시지를 고객에게 전달하고 고객의 요구와 욕구를 호텔조직에 전달하는 의사소통의 도구이며, 기업이 도달할 수 있는 범위를 설정하는 마케팅

수단인 것이다.

그럼에도 불구하고 레스토랑을 관리하는 대부분의 관리자뿐만 아니라 종사원들도 메뉴의 중요성을 강조하고 있지만 메뉴를 레스토랑에서 제공하는 식·음료의 단순한 리스트로 인식하고, 고객주위의 메뉴 구성된 것이 아니라 경영자 측면에서만 메뉴가 다루어져 왔다. 호텔이용객의 레스토랑에 대한 선택 속성이나 메뉴의 계획과 디자인에 관한 선행연구는 많이 이루어져 왔으나(정연철, 2003), 레스토랑 세트메뉴에 관한 연구는 미흡하다고 본다.

더욱이 메뉴에 관한 연구도 서울 경인 지역을 중심으로 한 연구가 대부분을 차지하고 있어 지방 자치 시대의 지방에 대한 연구가 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 일식레스토랑에 대한 메뉴 이용 고객을 대상으로 한 실증분석으로 일식 레스토랑의 세트메뉴에 대한 고객 선호도와 만족도를 조사함으로써 일식레스토랑업체의 차별화 전략과 고객만족 전략에 기초 정보나 개선안을 제시 하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 일식레스토랑 세트 메뉴의 의의

세트 메뉴 즉 정식메뉴는 "Table of host"를 뜻하는 것으로 오늘날의 숙박기능을 하는 여인숙이나 여관에서 유래된 것이라고 하며 처음부터 끝까지 한 세트로 제공되는 정식요리(Full Course)를 말한다. 보통 7-10가지 코스가 제공되며, 근래에는 한가지의 특징적인 맛을 즐기기 위하여 4가지 코스를 즐기는 경우도 있으며, 그 특징은 다음과 같다(나정기, 1998).

- ① 신속한 서비스로 좌석 회전율을 높일 수 있다.
- ② 가격이 저렴하다. ③ 식재료 관리가 용이하다.
- ④ 원가가 절감된다. ⑤ 메뉴관리가 용이하다.
- ⑥ 고객의 입장에서 선택의 폭이 좁다.
- ⑦ 가격의 변화에 시의성 있게 대처할 수 있는 유연성이 결여되어 있다.
- ⑧ 메뉴에 대한 지식이 없어도 주문하기가 쉽다.
- ⑨ 제공되는 요리품목의 메뉴구성이 한정되어 있다.
- ⑩ 가격이 코스별로 고정되어 있어서 가격조정과 통제가 용이하다.
- ⑪ 가격이 각 품목별로 선택할 경우보다 저렴한 편이다.
- ⑫ 고객이 코스를 선택한 후 요리의 품목을 변경할 수 없다.
- ⑬ 메뉴작업이 쉽다. ⑭ 조리과정이 일정하여 노력이 적게 든다.

2. 메뉴에 관한 선행연구

메뉴에 관한 선행연구는 주로 미국을 중심으로 단체급식을 취급하는 병원, 학교, 그리고 군대 등에서 메뉴 품목의 선정과 영양적 측면 분야에 많은 발전이 있었다.

즉 일정한 범위내의 아이টে을 가지고 비용과 다양성, 그리고 영양가를 고려하여 가장 이상적인 조합을 이루는 메뉴계획에 관한 연구가 주종을 이루었다. 단체급식의 영역은 비교적 동질적인 요소가 많다. 그 결과 연구의 결과도 실용성이 높아 꾸준한 후속 연구가 이루어져 하나의 이론으로 체계화되고 실용화된다는 것이다. 반면 영리를 목적으로 하는 레스토랑의 경우는 우선 규모가 비교적 소규모이며, 레스토랑마다 특성이 강하여 질과 양적으로 빈약하

다고 할 수 있다(나정기, 1998).

소비자의 선택 또는 선호를 설명하기 위하여 많은 모형들이 개발되었다. 본 연구에서는 메뉴에 관한 연구와 메뉴상품에 대한 고객선호도에 관한 국외의 선행연구를 고찰함으로써 연구동향 및 선호도 변수를 파악함으로써 메뉴상품에 대한 속성을 재구성 하고자 한다.

나정기(1998)는 메뉴분석과 메뉴개발에 관한 연구에서는 아이템의 수익성과 선호도에 관한 기존연구를 정리하고 서울지역 특급호텔 10개에 대해서 메뉴엔지니어링 실태를 조사하였다.

메뉴계획과 가격에 관한 연구에서는 메뉴계획과 디자인에 반영해야 할 요소들을 실제 메뉴작성에 어느 정도 적용했는지를 각 업장의 지배인과 전문가 집단이 이중으로 평가하도록 하여 그 결과를 비교 분석하였으며, 메뉴의 판매가격결정에 대한 기본적인 이론을 재정리하였다. 나정기(1994)는 '메뉴계획과 디자인의 평가에 관한 연구' 박사학위논문에서는 53개 특등급 호텔의 양·한·일식당 메뉴에 대해서 각 업장 지배인이 1차로 평가를 하고 5명의 전문가 집단이 2차 평가를 하도록 하여 메뉴계획과 디자인에 반영해야 할 요소들을 실제 메뉴작성에 어느 정도 반영했는지에 대해서 조사하였다.

박병렬(1991)은 동·서양 요리메뉴의 비교와 서양요리 메뉴에 대한 실증분석을 통해 한국관광호텔서양요리에 있어서 한국적 메뉴개발 방안을 제시하였다.

이중환(1993)은 4개 호텔의 이벤트 메뉴실태를 분석하고 문제점과 개선방안을 계획·가격·조직관리·판매 촉진의 측면에서 제시하였다.

조문수(1995)는 호텔레스토랑 이용객이 메뉴를 선택할 때 영향을 받는 요인을 규명함으로써 메뉴선택행동요인을 규명하고자 하였다. 그의 논문에서는 고객이 외식을 계획할 때 어떠한 형태로든 식사 대상의 결정을 하게 되는데 이때 장소를 호텔로 결정했다면 고객이 선택할 수 있는 대상은 호텔, 레스토랑, 음식이라고 했다.

또한 고객이 메뉴를 선택할 때 고려하는 요인이 무엇인지를 파악하므로 메뉴 선택 행동에 영향을 주는 요인의 성격을 파악하여 아이템의 위치와 가격이 메뉴선택 행동에 영향을 미친다고 했다.

하경희(1992)는 양식당 메뉴관리를 연구하였는데 이용객을 대상으로 메뉴의 다양한 요인들을 추출하여 그것에 대한 고객의 만족도를 조사하여 그 결과에 따른 문제점과 대안을 제시하였다. 그것은 세 가지로 분류되는데 양식당의 선택요인에서 음식의 맛, 서비스, 분위기, 가격을 두었고, 메뉴 선택요인에서 음식의 맛, 서비스, 분위기도, 익숙한 메뉴 선택, 육류, 가공류, 생선, 채소류를 추출했고 메뉴판매 대한 만족도에서는 메뉴의 계절적, 메뉴의 다양성, 메뉴의 장식 및 디자인 판촉 및 설명문구, 고객문구, 고객위주의 구성을 추출하여 고객만족에 대안을 제시했다.

윤용현의 연구(2000)는 고객만족과 식당선호도의 관계에 관한 연구- 대학가의 소규모 식당을 중심으로-경상대학교 경영대학원 2000, 7월 석사학위논문 연구에서 선호를 '특정식당에 대한 호의적인 감정에 의해 그 식당에서 반복적으로 식사하는 행동'으로 정의하고 동일한 유형간의 점포(intra type-store)에 대한 선호를 살펴보고자 한다. 구체적으로 선호의 측정변수로 구내식당과 비교한 이용빈도, 조사식당의 이용빈도, 조사식당의 이용의사, 타식당비교 이용빈도, 단골가능성 등을 설정하였다.

고호석의 연구(1996)에서는 서울시내 6개 패밀리 레스토랑을 대상으로 서비스품질에 대한 기대와 불만족의 차이를 인구통계학적 특성 및 이용실태에 대하여 파악 하였으며 또한 6개의 패밀리 레스토랑의 만족된 서비스 품질에 관한 총 만족과 재 방문의사의 관계를 다중회

귀분석을 통하여 살펴보고 그 결과 가격, 음식의 질 및 메뉴의 다양성과 시설, 건물, 종업원으로부터 느끼는 분위기, 주차 및, 제반 자료 등의 순으로 총 만족에 영향을 받는다는 정소영의 연구(1999)에서는 한국계 레스토랑과 외국계 레스토랑에 있어서 서비스 품질을 평가하는 소비자들의 인식차이를 분석한 결과 외국계 레스토랑이 한국계 레스토랑보다 전반적으로 우월하며 상당수의 경우 그 차이가 유의적인 것으로 나타났다.

Hart & Casserly의 연구(1985)에서는 음식의 질, 맛, 냄새, 색상, 온도, 서비스부분에서 서비스품질, 의사소통, 태도, 표현, 웃음, 외양으로 이론 지었고, 메뉴에 대해서는 언급을 하지 않았다. 장소 및 분위기에서는 건물 외장에 대해서 많은 언급을 하였다.

Swinyard & Struman의 연구(1986)에서는 식당 고객에 대한 실태조사를 통해서 음식의 양과 내용, 서비스분야 에서는 친절, 신속한 서비스를 다루었다. 메뉴에서 이들은 여러 가지 다양한 유형의 음식을 선택할 수 있는 정도를 규정하였다. 장소 및 분위기는 건물의 외양, 건물내부인테리어, 온도 및 습도, 음악으로 규정하였다. 또한 가격 면에서는 저렴한 가격을 레스토랑의 속성으로 나타냈다.

Jack E. Miller(1980)는 메뉴계획자가 전달하고자 하는 정보를 메뉴를 통하여 전달하고, 고객은 메뉴를 통해 전달받은 정보를 해석하여 원하는 상품을 선택하는 과정을 모형화시켰다.

Lothar A. Kreck(1984)는 메뉴계획모형을 투입·과정·산출로 나누고 여기에 환류와 통제를 추가하여 메뉴계획이 성공적으로 되었는지를 평가할 수 있는 모형을 제시하였으며, 메뉴상에 제시된 각 식단에 대한 매가의 평균을 구하고 이것을 기준으로 실제 고객의 평균과 비교하여 고객이 지불한 평균과 메뉴상에 제공하는 매가가 일치하는지 여부를 판단하는 기준으로 50%의 허용범위를 제시하였다.

Jack D. Ninemeier(1984)는 메뉴계획자가 메뉴계획 시 우선적으로 고려해야 할 사항들을 고객, 상품의 질, 상품을 생산하는데 고려되는 요인으로 대별하고 이것들을 다시 세분하여 제시하였다.

Mark Gerard Westfield(1984)는 시설·서비스·구매·마케팅·생산·비즈니스 시스템을 하나의 하부 시스템으로 간주하고 이러한 하부 시스템들이 상호 유기적으로 관계를 가지고 있을 때에만 성공적인 메뉴계획이 가능하다고 주장하였다.

M. Beverly Kay(1985)는 표본 레스토랑에 대해 일정기간동안의 각 품목에 대한 매출량과 실제 메뉴상의 배치를 비교 분석 함으로써 배치에 관한 일반적인 이론이 타당함을 입증하고 Clip-on과 Tip-on 메뉴의 중요성을 입증하였다.

Gallup(1987)은 고객이 메뉴를 읽는 동안 아이카메라로 고객의 시선의 이동을 촬영하고 면접조사를 통해 1페이지로 된 메뉴만이 기존의 확설과 일치한다고 발표한 실험연구를 하였다.

David V. Pavesic(1985)는 이상적인 메뉴가격을 결정하기 위해서는 양적인 요인뿐만 아니라 질적인 요인(주관적 요인)도 고려해야 한다고 주장하였다.

Mahmood A. Khan(1990)는 메뉴 계획시 고려해야할 요소를 고객의 관점과 관리적인 관점으로 대별하고 이에 대해 각각 3개와 6개의 세부요인으로 구분하여 메뉴계획의 모형을 제시하였다.

Diane Kochilas(1991), Doris Z. Hochman(1985), Eleanor F. Eckstein(1983), Khan은 메

뉴 계획시 고려되어야 할 사항으로 고객이 음식에 대한 습관과 선호를 들고 있는데 특정음식에 대한 습관과 선호에 영향을 미치는 요인은 무수히 많다, 그러나 이러한 요인들은 독립적으로 영향을 미치지 않고 여러 가지의 요인들이 복합되어 특정 음식에 대한 선호, 습관, 그리고 수용에 영향을 미친다는 것이다.

Nenemenier(1984)는 고객, 제공될 아이템의 질, 생산원가, 생산가능성, 주방의 배치와 기자재 확보 등은 메뉴 기획과정에서 메뉴 기획자가 고려해야 하는 주요사항으로 고려하고 있다. 그리고 고객과 아이템의 길을 중심으로 고객의 관점에서 선택 모델을 제시하였다.

III. 조사 설계 및 분석 방법

1. 설문지 구성

본 연구는 광주·전남지역의 일식세트메뉴에 대하여 분석하기 위하여, 다음과 같이 크게 3개 항목으로 설문지를 구성하였다.

첫째 항목으로는 일식세트 메뉴시 고려하는 사항을 파악하고자 31개의 문항으로 구성하였으며, 변수의 추출은 조문수의 '호텔 이용객의 메뉴선택행동과 메뉴계획, 황성혜의 관광호텔 고객의 메뉴선택행동에 관한 연구-대구지역 호텔을 중심으로' 김형준의 '호텔·레스토랑 메뉴 마케팅에 관한 연구' 임효원의 '레스토랑 이용고객의 메뉴선택행동에 관한 연구' 정태선의 '호텔·레스토랑 선택행동요인에 관한 실증적 연구'를 바탕으로 변수를 각각 추출하였으며, 이 추출된 변수는 외식관련 전공 교수들에 질문하여 사전적 검증을 통하여 변수를 추출하였다. 두번째 항목은 일식세트메뉴에 대한 전체적인 만족도와 재주문력에 관한 지문으로 전체적인 만족도와 재주문력의 2개항목을 구성하였으며, 세번째 항목으로는 조사대상자의 일반적 사항으로 성별, 연령, 교육수준, 직업, 결혼여부, 평균소득, 이용장소에 관한 질문으로 총 7개 문항으로 구성하였다.

<표3-1> 설문지의 구성

설	문	항	목	비고
메뉴선택 시 고려사항	1. 식습관 2. 음식의 맛 3. 과거의 경험 4. 음식의 양 5. 음식의 영양가에 6. 음식의 가격 7. 요리에 대한 설명 8. 요리에 대한 이쁨 9. 음식의 위생 10. 음식에 대한 광고 11. 음식의 신속성 12. 음식의 건강식/보양식 13. 음식의 시각적 요소 14. 각 메뉴별 구성 15. 이벤트 16. 메뉴의 계절성 17. 메뉴의 신 메뉴 18. 음식에 대한 지명도 19. 종사원의 권유 20. 주위 및 동반자의 권유 21. 소문 22. 동행한 사람 23. 사회적인 체면 24. 식당 분위기 25. 그날의 기분 26. 음식의 유형 27. 음식의 향 28. 음식의 전통성 29. 손님 접대에 적절성 30. 지역적 정서 31. 지역적인 메뉴 구성			31문항
전체적인 만족도			1. 전체적인 만족도 2. 메뉴의 재주문력	2문항
인구통계학적 일반적 사항			1. 성별, 2. 연령, 3. 교육수준, 4. 직업, 5. 결혼여부, 6. 평균소득, 7. 이용장소	7문항

2. 조사대상과 조사시기

본 연구는 광주·전남지역 관광호텔 일식레스토랑의 고객들이 세트메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재주문력에 어느 정도의 영

향을 미치는지에 대한 회귀분석을 실시하고자 조사대상과 공간적 범위로는 광주·전남지역의 관광호텔을 이용하는 고객으로 하였으며, 시간적 범위로는 2003년 8월20일부터 8월30일까지로 제한을 두었다.

본 연구의 조사의 방법은 광주·전남지역 관광호텔 일식세트를 이용하는 이용객을 대상으로 설문지를 배포하여 작성자로 하여금 직접 작성하는 자기기입법을 실시하였다. 설문지는 250부를 배포하여 최종분석에 사용된 설문지는 총 238부 회수하였다.

3. 분석방법

본 연구에서 사용된 분석 방법은 SPSS win10.0(Statistic Analysis System)이용한 통계분석 중 조사자의 특성을 분석하기 위한 빈도분석(Frequency analysis), 조사자료의 신뢰성을 위한 신뢰도 검증(Reliability analysis), 요인분석(Factor analysis), T-test, 분산분석(one-way ANOVA)을 적용하였으며, 설문지를 구성하는 각 항목들의 신뢰성을 검증하기 위해 내적 일관성을 나타내는 크롬바흐 알파(Cronbach's Alpha)를 사용하고, 설문에 응답한 응답자들의 일반적인 특성을 위해서 빈도 분석을 사용하였다.

인구통계학적 특성에 표본 평균을 통한 집단간의 차이를 검증하기 위해서 요인분석으로 묶여진 요인에 대해서 T-test와 분산분석(ANOVA)을 적용하였으며, 광주·전남지역 관광호텔 일식레스토랑의 고객 세트메뉴에 대한 선호도 및 만족도를 통해서 메뉴 자체에 대한 문제점 및 개선방향을 제시하고, 고객들이 세트메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재주문력에 어느 정도의 영향을 미치는 지에 대한 회귀분석을 실시하고자 한다.

IV. 실증분석

1. 조사대상자의 일반적인 특성

<표4-1> 조사 대상자의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율
성별		여자 114(47.9), 남자 124(52.1)	
연령		25세 이하 42(17.6), 26-30세 55(23.1), 31-35세 54(22.7), 36-40세 43(18.1), 41-45세 28(11.8), 46-50세 15(6.3), 50세이상 1(0.4)	
결혼여부		미혼 94(39.5), 기혼 144(60.5)	
교육수준		2년제 대학이하 52(21.8), 2년제 대학졸업 88(37.0) 4년제 대학졸업 83(34.9), 대학원졸업이상 15(6.3)	
직업		공무원 13(5.5), 전문직 49(20.6), 일반사무 34(14.3), 자영업 31(13.0) 회사원 28(11.8), 판매/서비스 34(14.3), 기타 49(20.6)	
월평균소득		200만원미만 170(71.4), 200-250만원 19(8.0), 250-300만원 22(9.2) 300-350만원 8(3.1), 350-400만원 15(6.3), 400-450만원 3(1.3) 450-500만원 1(0.4)	
이용호텔		S호텔 57(23.9), GP호텔 59(24.8), MP호텔 61(25.6), P호텔 61(25.6)	
총계		238	100(%)

2. 신뢰성 검증

본 연구에서는 문항간에 어느 정도의 일관성을 갖는지를 측정하는 방법으로 Cronbach's alpha를 이용하여, 내적 일관성(internal consistency reliability)에 관한 해당 문항을 가지고 모든 신뢰도를 구하고, 이에 평균치를 산출하여, 계수값을 구하였다. 보통 사회과학에서는 α 계수가 0.70이상이면 신뢰도가 높다고 볼 수 있는데, 각 항목에 대한 신뢰도 계수는 0.70이상이며, 전체 신뢰도는 0.8034이상으로 신뢰도는 매우 높다고 할 수 있다.

<표4-2> 각 항목에 대한 신뢰도 검증결과

변수명	평균값	신뢰도 계수 (Cronbach α)	전체 신뢰도
1	식습관에 의한 세트메뉴선택	3.67	.8067
2	음식의 맛으로 세트메뉴선택	3.89	.8124
3	과거의 경험을 통한 세트메뉴선택	3.73	.8421
4	음식의 양으로 세트메뉴선택	3.05	.8741
5	음식의 영향가에 따라 세트메뉴선택	4.10	.8079
6	음식의 가격에 따라 세트메뉴선택	3.85	.7821
7	요리에 대한 설명으로 세트메뉴선택	3.93	.8142
8	요리에 대한 이름으로 세트메뉴선택	3.66	.7423
9	음식의 위생에 따라 세트메뉴선택	3.91	.8321
10	음식에 대한 광고에 따라 세트메뉴선택	3.35	.7998
11	음식의 신속성에 따라 세트메뉴 선택	3.60	.7984
12	음식의 건강식/보양식에 따라 세트메뉴 선택	4.13	.7942
13	음식의 시각적 요소에 따라 세트메뉴선택	3.43	.8124
14	각 메뉴별 구성에 따라 세트메뉴선택	3.60	.8143
15	이벤트 성 메뉴에 따라 세트메뉴선택	3.49	.7894
16	메뉴의 계절성에 따라 세트메뉴선택	3.72	.7857
17	메뉴의 신 메뉴에 따라 세트메뉴선택	3.45	.8012
18	음식에 대한 지명도에 따라 세트메뉴선택	3.31	.8133
19	종사원의 권유에 의해 세트메뉴선택	4.08	.8024
20	주위 및 동반자의 권유에 의해 세트메뉴선택	3.40	.8123
21	소문에 의해서 세트메뉴선택	3.19	.8021
22	동행한 사람의 선택에 의해서 세트메뉴선택	3.30	.7819
23	사회적인 체면에 의해서 세트메뉴선택	2.92	.7942
24	식당 분위기에 의해서 세트메뉴선택	3.90	.7863
25	그날의 기분에 따라 세트메뉴선택	2.90	.8140
26	음식의 유행에 따라 세트메뉴선택	2.94	.7949
27	음식의 향 때문에 세트메뉴선택	3.11	.8403
28	음식의 전통성을 고려하여 세트메뉴선택	3.60	.8124
29	손님 접대에 적절성에 의해 세트메뉴선택	3.63	.7298
30	지역적 정서에 의해 세트메뉴선택	3.68	.7981
31	지역적인 메뉴 구성에 의해 세트메뉴선택	3.70	.8140

2. 타당성 검증

본 연구에서는 요인분석 방법으로 주성분분석과 베리맥스 회전 (Rotation=varimax with Kaiser Normalization)을 사용하였으며, 기준 고유값(Eigenvalue) 1이상, 요인적재치 (factor loading) 0.50이상의 것을 사용하고, 요인 적재치를 높이기 위해 베리맥스 회전 (Rotation=varimax)을 실시하였다.

그 결과 일식 세트 메뉴 시 고려사항으로는 총 31개의 변수 중에서 17개의 변수가 5개의

요인으로 추출되었으며, 각각의 요인들을 요인 1을 음식의 본질적 요인, 요인 2를 음식의 외적요인, 요인 3을 이벤트적 요인, 요인 4를 분위기적 요인, 요인 5를 음식의 지역적 요인이라 명명하였다.

<표4-3> Varimax 회전후 요인 행렬표

	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
음식의 맛	.673	-.373	-.267	-.201	2.199E-02
음식의 양	.616	-.510	-1.0E-01	4.476E-02	-5.5E-02
음식의 영양가	.735	-.501	-2.7E-02	-.334	-6.7E-03
음식의 향	.711	.139	-.202	.113	-.354
요리에대한 이름	-.151	.670	.211	-.296	.102
요리에대한 설명	-.279	.698	.167	.101	1.947E-03
음식의시각적요소	-4.3E-03	.721	5.814E-02	.132	.234
음식의 유행	-.240	-6.4E-0.2	.729414	.494	-.199
이벤트성메뉴	-1.1E-02	.360	.722398	.173	-.142
새로운메뉴	-.421	-.204	.742220	.174	-.213
식당분위기	.142	-.311	-2.1E-0.2	.698	-2.4E-02
그날의 기분	-.240	8.941E-0.2	-.183	.705	1.409E-02
사회적인채면	-1.1E-02	.266	-.263	.719	.103
손님접대의 적절성	.266	.195	-.311	.752	.231
음식의 전통성	.311	.205	4.906E-02	-.245	.714
지역적 정서	-.324	2.481E-02	8.340E-02	-.215	.703
지역적메뉴구성	.175	.142	7.539E-02	.183	.721
고유치(Eigenvalues)	11.2942	3.2441	3.0218	2.5214	1.2187

3. T-test 및 분산분석

1) 성별

성별에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 T-검증결과 유의수준 0.05에서 이벤트적 요인이 유의적 차이가 있는 것으로 나타났으며, 여성이 남성보다 평균값이 높은 것으로 나타났다.

<표4-4> 성별에 따른 의 T-test 결과

	집 단 별 평 균		T	P
	남자	여자		
본질적요인	3.89	3.90	-1.347	.183
외적요인	3.91	3.94	1.272	.210
이벤트적요인	3.43	3.55	2.241	.013*
분위기적요인	3.26	3.26	.781	.485
지역적요인	3.74	3.74	.218	.987

주: * P< 0.05, ** P<0.01

2) 연령

연령에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 분위기적 요인과 지역적인 요인에서 각각 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 분위기적 요인에서는 51세 이상에서 가장 높은 평균치를 나타냈으며, 사후검증에서는 25세 미만에서 30세까지 비슷한 성향을 나타내며, 지역적 요인에서는 31세-35세에서 가장 높은 평균값을

나타냈으며, 사후검증에서는 25세미만에서 30세까지, 그리고 41세에서 50세까지 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났다.

<표4-5> 연령에 따른 분산분석 결과

	연령							F	P
	-25세	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51세-		
본질적요인	4.00	3.85	3.83	3.88	3.86	4.00	4.00	1.210	.361
외적요인	4.14	3.84	3.93	3.86	3.56	4.00	4.00	1.034	.385
이벤트적요인	3.48	3.55	3.43	3.47	3.57	3.53	3.00	1.892	.089
분위기적요인	3.24 ^{bc}	3.27 ^{bc}	3.17 ^c	3.05 ^{cd}	3.32 ^b	2.93 ^d	4.00 ^a	6.271	.000**
지역적요인	3.79 ^{ab}	3.71 ^{ab}	3.80 ^a	3.53 ^{cd}	3.68 ^c	3.67 ^c	3.00 ^d	2.415	.018*

주: * P< 0.05, ** P<0.01

3) 결혼여부에 따른 T-검증

결혼 여부에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 T-검증결과 유의수준 0.05에서 분위기적 요인에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 미혼보다는 기혼이 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났다.

<표4-6> 결혼에 따른 의 T-test 결과

	집 단 별 평 균		T	P
	미혼	기혼		
본질적요인	3.93	3.87	.784	.431
외적요인	3.95	3.92	-0.95	.916
이벤트적요인	3.52	3.47	.534	.567
분위기적요인	3.12	3.24	2.312	0.28*
지역적요인	3.74	3.67	1.516	.117

주: * P< 0.05, ** P<0.01

4) 교육수준

교육수준에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 외적요인과 전통적 요인에서 각각 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 외적인 요인에서는 대학원이상이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 교육수준에 의해서 외적요인은 각각 서로 다른 성향을 보이는 것으로 나타났다. 분위기적 요인에서는 2년제 이하에서 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증 결과 분위기적 요인은 교육수준에 따라 각각 다른 성향을 나타냈다.

<표4-7> 교육수준에 대한 분산분석 결과

	교육수준				F	P
	2년제이하	2년제졸	4년제졸	대학원이상		
본질적요인	3.88	3.89	3.88	4.00	.916	.491
외적요인	3.60 ^d	3.98 ^c	4.02 ^b	4.27 ^a	5.817	0.01**
이벤트적요인	3.46	3.65	3.33	3.60	2.412	0.81
분위기적요인	3.42 ^a	3.32 ^{ab}	2.96 ^b	2.87 ^c	10.481	0.00**
지역적요인	3.69	3.66	3.72	3.87	1.152	.325

주: * P< 0.05, ** P<0.01

5) 직업

직업에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 본질적요인, 외적요인, 이벤트적 요인, 분위기적 요인, 지역적 요인에서 모두 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 본질적 요인에서는 전문직과, 판매/서비스에서 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증인 던칸검증에서는 공무원과 일반사무, 전문직과 판매/서비스, 회사원과 기타에서 각각 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 외적요인에서는 회사원이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 전문직과 자영업, 일반사무와 기타에서 각각 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 이벤트적 요인에서는 전문직 및 자영업에서 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증인 던칸검증에서는 전문직과 자영업 회사원이, 공무원과 일반사무가 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 분위기적 요인으로는 판매/서비스가 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증에서는 회사원, 판매/서비스와, 전문직과 자영업, 일반사무와 기타가 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다. 지역적 요인으로는 전문직이 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증인 던칸검증에서는 판매/서비스와 기타가 비슷한 성향을 가지는 것으로 나타났다.

<표4-8> 직업에 따른 분산분석 결과

	직업							F	P
	공무원	전문직	일반사무	자영업	회사원	판매/서비스	기타		
본질적요인	3.69 ^c	4.06 ^a	3.62 ^c	3.90 ^b	3.82 ^{bc}	4.06 ^a	3.88 ^{bc}	3.351	.001**
외적요인	3.77 ^c	3.98 ^b	3.88 ^{bc}	3.94 ^b	4.11 ^a	3.38 ^d	3.88 ^{bc}	19.841	.000**
이벤트적요인	3.23 ^d	3.65 ^a	3.26 ^d	3.65 ^a	3.64 ^a	3.56 ^b	3.33 ^c	2.129	0.21*
분위기적요인	3.23 ^b	3.18 ^{bc}	3.06 ^c	3.16 ^{bc}	3.39 ^a	3.41 ^a	3.02 ^c	2.543	0.18*
지역적요인	3.15 ^e	3.90 ^a	3.44 ^d	3.55 ^{cd}	3.75 ^c	3.82 ^b	3.82 ^b	2.417	0.20*

주: * P< 0.05, ** P<0.01

6) 월 소득에 따른 분산분석

월소득에 따른 메뉴선택 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 본질적요인, 외적요인, 분위기적 요인, 지역적 요인에서 각각 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났으며, 본질적 요인에서는 450-500만원이 가장 높은 평균값4.12를 나타냈으며, 사후검증에서는 200-250만원과 350-400만원이 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났으며, 외적요인에서는 200-250만원이 평균값 3.98로 제일 높게 나타났으며, 사후검증에서는 200만원이하와 450-500만원이, 250-300만원, 300-350만원과 400-450만원이 각각 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났다. 분위기적 요인에서는 450-500만원에서 평균값 4.08로 높게 나타났으며, 사후검증에서는 200만원이하와 400-450만원이 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났다. 지역적인 요인에서는 450-500만원에서 가장 높은 3.72의 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 300-350만원과 400-450만원, 200-250만원과 350-400만원에서 각각 비슷한 성향을 나타냈다.

<표4-9> 월소득에 대한 분산분석 결과

	월 소득							F	P
	200만원	200-250	250-300	300-350	350-400	400-450	450-500		
본질적요인	3.49 ^a	3.82 ^b	3.54 ^{cd}	3.62 ^c	3.87 ^b	4.02 ^{ab}	4.12 ^a	4.351	.001**
외적요인	3.87 ^b	3.98 ^a	3.67 ^c	3.62 ^c	3.42 ^d	3.58 ^c	3.86 ^b	2.321	.043*
이벤트적요인	3.95 ^a	3.86 ^{ab}	3.74 ^b	3.67 ^c	3.45 ^d	3.62 ^c	3.82 ^{ab}	.142	.857
분위기적요인	3.75 ^c	3.84 ^b	3.32 ^e	3.41 ^{de}	3.52 ^d	3.79 ^c	4.08 ^a	2.984	.031*
지역적요인	3.12 ^d	2.97 ^e	3.47 ^c	3.52 ^b	2.89 ^e	3.52 ^b	3.72 ^a	4.092	.001*

주: * P< 0.05, ** P<0.01

7) 업체에 따른 분산분석

업체에 따른 메뉴선택 시 고려사항은 요인들에 평균치와 분산분석 결과 유의수준 0.05에서 본질적요인, 분위기적 요인, 지역적 요인에서 각각 유의적인 차이를 나타냈으며, 본질적 요인에서는 GP호텔이 가장 높은 평균값을 나타냈으며, 사후검증에서는 각각 서로 다른 성향을 가지고 있는 것으로 나타났다. 분위기적 요인에서는 GP호텔이 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후검증에 의해서는 S호텔과 MP호텔이 서로 비슷한 성향이 있는 것으로 나타났으며, 지역적 요인에서는 GP호텔이 가장 높은 평균값을 가지는 것으로 나타났으며, 사후 검증에서는 서로 다른 성향을 가지는 것으로 나타났다.

<표4-10> 업체에 대한 분산분석 결과

	적 급				F	P
	S호텔	GP호텔	MP호텔	P호텔		
본질적요인	3.95 ^b	4.25 ^a	3.87 ^c	3.51 ^d	2.421	.032*
외적요인	4.11	4.05	3.89	3.69	.213	.897
이벤트적요인	3.67	3.85	3.28	3.20	.310	.745
분위기적요인	2.91 ^c	3.73 ^a	2.93 ^c	3.18 ^b	4.678	.001**
지역적요인	3.70 ^c	4.05 ^a	3.87 ^b	3.20 ^d	4.012	.001**

주: * P< 0.05, ** P<0.01

4. 일식세트메뉴 선택 시 고려사항에 대한 각각의 요인에 따른 만족도와 재주문력에 미치는 회귀분석

일식세트메뉴 선택 시 고려사항에 대한 각각의 요인에 따른 만족도와 재주문력에 미치는 영향을 알아보기 위해서 메뉴선택 시 고려사항에 대한 각각의 요인인 음식의 본질적 요인, 음식의 외적요인, 이벤트적 요인, 분위기적 요인, 음식의 지역적 요인을 독립변수로 하였으며, 전체적인 만족도와 재주문력을 종속변수로 하여, 독립변수의 변화로부터 종속변수에 영향을 미치는 변수를 규명하고자 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였으며, 종속변수에 영향을 미치는 모든 독립 변수를 포함하는 회귀모형에서 유의하지 않은 변수를 하나씩 제거해 나가면서 가장 적합한 모형을 찾는 변수감소법(Backward Elimination Method)(이우리 · 오광우, 1996) 1)을 실시하였다.

1)

1) 만족도에 대한 회귀분석 결과

메뉴선택 시 고려되는 요인과 일식레스토랑의 세트메뉴의 전체적인 만족도에 영향을 미치는 원인변수들의 영향은 5% 유의수준에서 외적요인과 이벤트적요인 그리고 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화계수(영향력의크기)는 분위기적 요인과 외적요인, 이벤트적요인, 본질적요인, 지역적요인 순으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해 주는 회귀식에 대한 F값이 18.3761로 나타나 유의수준 0.05(P<0.05)에서 유의적인 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 총 설명력(R²)은 0.1731로 5가지 요인에 대한 변수가 일식레스토랑의 세트메뉴의 전체적인 만족도에 총분산의 17.3%를 설명하고 있다.

<표4-11> 만족도에 대한 회귀분석 결과

변수명	회귀계수	표준오차	표준화계수	T	sig T
본질적요인	0.1472	0.0743	0.0951	1.527	0.1257
외적요인	0.2958	0.0817	0.1930	3.654	0.0003
이벤트적요인	0.2033	0.0703	0.1537	2.924	0.0002
분위기적요인	0.3207	0.0687	0.2014	4.521	0.0000
지역적요인	0.1186	0.0914	0.0875	1.508	0.1174
상수	7.8421	4.1645	-	5.592	0.0000
R ² =0.1731 DF= 4, 411 F=18.3761 Sig F=0.0000					

주) *는 0.05에서 유의

2) 재주문력에 대한 회귀분석 결과

메뉴선택 시 고려되는 요인과 일식레스토랑의 세트메뉴에 대한 재주문력에 영향을 미치는 원인변수들의 영향은 5% 유의수준에서 외적요인과 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화계수(영향력의크기)는 외적요인과 본질적요인, 분위기적 요인, 이벤트적요인, 지역적요인 순으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해 주는 회귀식에 대한 F값이 67.1692로 나타나 유의수준 0.05(P<0.05)에서 유의적인 것으로 나타났다. 다중회귀모형의 총 설명력(R²)은 0.4233로 5가지 요인에 대한 변수가 일식레스토랑의 세트메뉴의 재주문력에 총분산의 42.3%를 설명하고 있다.

<표4-12> 재주문력에 대한 회귀분석 결과

변수명	회귀계수	표준오차	표준화계수	T	sig T
본질적요인	0.238	0.0491	0.0203	0.477	0.6348
외적요인	0.5411	0.0440	0.5302	12.351	0.0000
이벤트적요인	0.0415	0.0519	0.0342	0.798	0.4241
분위기적요인	0.2183	0.0551	0.2192	5.078	0.0000
지역적요인	-0.0719	0.0843	-0.0503	-0.849	0.3961
상수	2.6821	2.7342	-	2.612	0.0039
R ² =0.4233 DF= 4, 411 F=67.1692 Sig F=0.0000					

주) *는 0.05에서 유의

V. 결론

본 연구는 광주·전남지역의 4개 관광호텔 일식레스토랑의 세트메뉴 선호도에 대한 연구로

이론적 고찰을 통하여 일식레스토랑 세트메뉴에 대해서 이론적 접근을 실시하였다. 광주·전남지역 관광호텔 일식레스토랑의 고객들이 세트메뉴를 선택함에 있어 고려사항을 요인 분석과 분산분석을 통하여 각 요인이 전체적인 만족도와 재주문력에 어느 정도의 영향을 미치는 지에 대한 회귀분석을 실시하였다.

그 결과 첫째, 일식 세트 메뉴 시 고려사항으로는 총 31개의 변수 중에서 17개의 변수가 5개의 요인으로 추출되었으며, 각각의 요인들을 요인1을 음식의 본질적 요인, 요인2를 음식의 외적요인, 요인3을 이벤트적 요인, 요인4를 분위기적 요인, 요인5를 음식의 지역적 요인이 추출되었으며, 특히 지역적인 요인은 지방적 특성을 반영한 것이라 사료된다.

둘째, 일식 세트메뉴선택 시 고려하는 사항 요인이 전체적인 메뉴의 만족도에 영향을 미치는 원인변수들의 영향은 5% 유의수준에서 외적요인과 이벤트적요인 그리고 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화계수(영향력의크기)에 의해서 메뉴의 선택 시 분위기적 요인인 식당 분위기, 그날의 기분, 사회적 체면, 손님접대의 적절성에 의해 제일 많이 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 외적요인, 이벤트적요인, 본질적요인, 지역적요인 순으로 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 일식세트메뉴선택 시 고려되는 요인과 일식레스토랑의 세트메뉴에 대한 재주문력에 영향을 미치는 원인변수들의 영향은 5% 유의수준에서 외적요인과 분위기적 요인이 유의적인 영향을 미치고 있었으며, 표준화계수(영향력의크기)는 외적요인과 본질적요인, 분위기적 요인, 이벤트적요인, 지역적요인 순으로 나타났다. 재주문력에는 외적 요인인 요리에 대한 이름, 요리에 대한 설명, 요리에 시각적 요소가 제일 많이 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지역적인 요인은 재주문력에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

호텔일식레스토랑의 세트메뉴는 여러 가지 음식을 음미 할 수 있으며, 재료에 계절의 변화감을 반영할 수 있으며, 고객이 만족하며, 가격의 저렴하다는 특징을 가지고 있으며, 기업에게는 매출 증대를 가져다준다.

그러나 레스토랑의 메뉴에 대한 품목에 관한 선정에는 주방 자체가 가지고 있는 시설의 한계점과 같은 주방공간 작음, 출과의 협조관계, 재료 구입 문제로 인하여 많은 어려움이 있다.

따라서 메뉴에 자체에서는 대한 음식간, 조화, 맛, 계절별 신선한 재료 사용, 경쟁사와 차별화, 메뉴와 실내분위기 조화, 양 조절과 마케팅에서는 직원의 메뉴 설명, TV광고(케이블 방송), 전단지 작성, 직원의 설명, 종업원들이 권유, 세금봉사로전액면제를 통해서 메뉴에 대한 선호도와 만족도, 그리고 원가의 절감과 판매량의 증대에 노력해야 한다.

본 연구의 한계점은 연구대상의 지역이 광주·전남지역으로 한정하여 지역적인 한계성을 가지고 있으며 일식레스토랑 세트메뉴에 관련된 선행연구 및 만족도 및 기호도등에 관한 자료 부족으로 이에 관한 심층적인 문헌 연구가 이루어지지 못하였다는 점이다.

향후 연구에서는 이와 같은 점을 보완하여 보다 심도 있는 연구 결과를 도출하여야 할 것이며, 일식레스토랑 세트메뉴를 대상으로 한 고객 기호도 조사를 근거로 한 메뉴 개발 방안 및 이에 관한 연구가 이루어 졌으면 한다.

참 고 문 헌

- 1) 김기영, 호텔주방관리론, 백산출판사, 2002. p.3.
- 2) 김종금, 일본요리연구, 흥 익제, 1990.p.3.
- 3) 나정기, 외식산업의 이해, 백산출판사, 1998.p.22.

- 4) 박병학, 기초일본요리, 형설출판사, 2001. pp.3-4.
- 5) 이우라-오광우, 회귀분석-입문 및 응용, 탐진, 1996, p.314-315.
- 6) 유철성, 호텔식음료 경영과 실무, 학문사, 1997. p.191.
- 7) 정봉원, 외식사업과 창업론, 형설출판사, 2000. p.34.
- 8) 채서일, 마케팅 조사론, 학연사, 2000 3판, p.203-207.
- 9) 최경주, 강신주 공저, 일본요리, 수학사, 1994. p.3.
- 10) 호텔롯데, 조리직무교재, 명지출판사, 1990. p.433.
- 11) 백재현, "관광호텔 칵테일 메뉴관리에 관한 연구", 계명대학교 경영대학원 석사학위논문, 2000. pp.1-2.
- 12) 조남기, 우리나라 소비자의 점호 애고 행동에 관한 실증적 연구, 고려대학교 박사학위논문, 1990.
- 13) 조문수, "호텔 고객의 메뉴선택행동과 메뉴기획", 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1995.
- 14) 정연철, "호텔레스토랑 이용객의 메뉴선택 요인에 관한 연구", 경주대학교 대학원석사학위 논문, 2003. pp.1-2.
- 15) 하경희, "관광호텔 양식메뉴관리에 관한 연구", 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1992.
- 16) Crack, M & Renolds, F D, An indepth profile of the department store shopper, journal of Retailing 54(2), 1978.pp.23-32.
- 17) Hirschman, E C, Difference in Consumer Purchase Behavior by Credit Card Payment System, Journal of Consumer Research(6), 1980. pp.792-795.
- 18) Enis B M and Paul G W. Store Loyalty as A Basis for Market Segmentation Journal of Retailing(46), 1970.pp.42-56.
- 19) Jack D. Ninemeier, "Principles of Food and Beverage Operation", AH & Ma, 1984.p.115.
- 20) Spiggle, S & Sewall, , A Chotce Sets Model of Retail Selectio, Journal of Marketing(51), 1987. pp.97-111.