

패밀리레스토랑의 한식메뉴 이용실태 및 이용고객의 만족도 분석

박 승 애

세종대학교 자연과학대학 가정학과

(1996년 11월 15일 접수)

An Analysis on the degree of Utilization of Korean Menu Items in Family Restaurants — With Special Reference to Consumer Satisfaction —

Seung Ae Park

Dept. of Home Economics, King Sejong University

(Received November 15, 1996)

Abstract

The aim of this study has been two fold - to analyze the degree of utilization of Korean menu items in family restaurants; and to evaluate consumer satisfaction with the quality of family restaurant food and food-related service. A self-completed questionnaire survey of 280 consumers having meals in 6 family restaurants in Korea was undertaken and detailed information was collected from each. Consumer satisfaction with the quality of food and food-related service in family restaurants was evaluated by consumer questionnaires. It was measured by assessing 24 variables. Statistical data analysis was using SAS package program for descriptive analysis, t-test and analysis of variance. Importance mean score of customers was 4.07 out of 5, with performance mean score of 3.19. The gap between importance and performance scores was 0.87. The Importance-Performance Analysis (IPA) technique was used for obtaining information of the degree of utilization of Korean menu items in family restaurants. By the results of the IPA technique, menu items with fair to poor performance and high importance to the customer were cooked meals, noodles, steamed and grilled dishes, Korean salads, kimchi, beverages, single-dish course, suggesting that customer seemed to be dissatisfied with the degree of utilization of Korean menu items in family restaurants.

I. 서 론

식생활은 인간의 기본적인 생활과 밀접한 관계를 맺으며, 인간의 생명유지와 기본적 생리욕구를 충족시키고자 하는 필수적인 요소이다¹⁾. 농경사회가 태동할 무렵에는 식생활은 생존을 위한 생계수단이었으나, 20세기 후반의 산업화, 정보화, 핵가족화, 생활수준 향상, 교육수준 향상, 여성의 취업증가등으로 식생활 양식은 과거에 비해 현저히 변화되고 있으며, 가정 밖에서 식사를 하는 기회가 늘어나면서 외식이 보편화 되어가고 있다²⁾. 우리나라 도시가구의 월평균 식료품비 지출액에서 외식비가 차지하는 비중은 1970년대에 1.9%에 불과하였으나, 1994년에는 28.9%로 급격히 증가하였으며, 1990~1994년 동안 식료품비 전체의 연평균 증가율은 11.5%에 불과한 반면에 외식비 연평균 증가율은

21.6%로 가계단위의 외식증가를 알 수 있다³⁾.

경제발전계획이 본격적으로 실시되어 국민생활 수준이 향상되기 시작한 '70년대에는 영세한 요식업소가 우후죽순격으로 출현하였으며, '80년대 전반은 경제성장의 고도화와 더불어 외식이 산업으로 자리잡기 시작하면서 햄버거, 피자, 국수, 치킨, 생맥주 등 다양한 종류의 체인점이 속출하였다. '80년대 후반은 소득증대와 여성의 사회참여 증가로 외식과 편의식품 소비가 크게 확대되고 패스트푸드와 패밀리 레스토랑이 외식 시장을 선도하였다. '96년 한해 패밀리 레스토랑 상위 11개 브랜드의 매출규모는 1천 5백억원 정도로 전년에 비해 77.9% 증가하였다. 이같이 패밀리 레스토랑이 성장하고 있는 현실에서 이의 지속적인 발전을 위해서는 환경변화에 능동적으로 대처하고 합리적인 경영체계의 확립이 필요하다⁴⁾.

미국에서는 패밀리 레스토랑을 \$ 10 이하의 메뉴들로 구성되어 있으며 대상고객은 29~49세까지의 가족을 중심으로 최소한 2인 이상이 이용할 수 있는 음식점으로 정의하였다⁵⁾. 즉 가족을 동반하는 고객을 대상으로 한 전문외식업소로 부담없는 가격으로 편안하게 식사할 수 있는 식당을 말한다⁵⁾. 패밀리레스토랑은 미국에서 처음으로 생겨나 자리잡은 형태이며, 일본의 경우 1970년대에 도입된 이래 꾸준히 성장해 오다 최근에는 약간 감소추세를 보이고 있다. 우리나라의 경우에는 국민소득 증가와 맞먹어 부부 증가, 자동차 문화의 확산 및 레저인구의 증가등으로 소비자의 기호가 고급화되고 가족중심적으로 변모함에 따라 패밀리 레스토랑이 성장하고 있다⁶⁾. 우리나라에는 미도파의 코코스 와 TGI 프라이데이즈에 이어 제일제당의 스카이라, 한국일보의 LA 팝즈가 출범한데 이어 미국의 스테이크 전문점 시즐러, 미국 최대 패밀리 레스토랑 체인인 데니스등이 출점하였으며, 이는 국내 외식시장이 패스트푸드에서 패밀리 레스토랑으로 변하고 있음을 보여준다⁷⁾.

요즘과 같이 급속하게 진행되는 내적, 외적 환경변화에 효과적으로 대처하기 위해서는 다양한 고객의 욕구를 철저히 분석 파악 하여 그 내용을 신속히 반영할 수 있어야만 업소의 생존은 물론 수익이 확보된다고 지적^{8,9)}되고 있어 고객만족경영의 필요성이 강조되고 있다. 소비자의 행동과 의식수준이 변화되고 고객의 요구가 다양화됨에 따라 이들 변화를 수용하지 못하면 생존하지 못하는 전환점에 직면해 있다. 따라서 다양한 소비자의 수요와 욕구를 파악하여 전문화된 상품과 서비스를 개발하고 판매활동에 이용할 수 있는 세분화된 전략이 필요한 상황이다.

그 동안 국내·외에서 행해진 실증적 연구들은 호텔 식당 및 패스트푸드점 이용실태¹⁰⁻¹⁵⁾, 호텔식당, 레스토랑 및 패스트푸드 소비자 와 종업원의 만족도에 관한 연구¹⁶⁻²⁹⁾ 및 영양적균형^{11,30)}, 외식행동 분석등³¹⁾에 관한 연구가 주로 이루어졌다. 그러나 아직까지 패밀리레스토랑 이용고객들을 대상으로 하여 마케팅 전략차원에서 이들의 외식행동 및 만족도를 분석⁸⁾하고, 우리나라 메뉴의 정착을 위한 소비자들의 한식메뉴 요구도를 분석·평가한 연구는 매우 미흡한 상태이다.

따라서 본 연구의 목적은 패밀리 레스토랑의 품질 개선을 위하여 현재 수행되고 있는 급식서비스 현황을 패밀리 레스토랑 이용고객을 대상으로 평가·분석하여 개선책을 제시하고자 한다. 세부목적으로는 첫째, 패밀리 레스토랑 이용고객을 대상으로 패밀리 레스토랑 급식서비스 제공 현황을 조사하고, 급식서비스의 질적 향상을 위해 마케팅 전략을 제시한다. 둘째, 패밀리 레스토랑 소비자를 대상으로 업소내에서 실시되고 있는

한식메뉴 활용도에 관한 만족도와 요구도를 분석하고, 한식메뉴의 활용방안을 제시한다. 그러므로 본 연구결과는 패밀리 레스토랑의 소비자 만족도를 증진시키고, 급변하는 외식시장에서 능동적으로 대처할 수 있는 경쟁력을 갖도록 하기 위한 기초자료로 사용되어 질 것이다.

II. 연구방법

1. 조사대상의 선정

1) 패밀리 레스토랑 및 이용고객 선정

패밀리 레스토랑의 급식서비스 현황을 조사하기 위해 서울에 분포되어 있는 패밀리 레스토랑을 모집단으로 하여 본 연구에서는 패밀리 레스토랑을 지역별, 유형별로 분류하고 이를 대표할 수 있는 집단을 선정하였다. 본 조사의 연구대상으로 6개의 패밀리 레스토랑을 선정하고 각각 이용 고객 45~55명을 조사대상으로 선별하여 총 309명의 소비자를 표본으로 조사하였다. 소비자용 설문지는 각각 패밀리 레스토랑 본사 운영위원회 의 협조를 얻어 1996년 10월 12일 부터 10월 25일까지 각 패밀리 레스토랑을 방문한 고객에게 설문 목적을 설명한 후 주문후 식사를 기다리는 동안에 그 자리에서 직접 기입하도록 하였다. 고객용 설문지는 총 309부를 배포하여 총 290부가 회수되었는데 이 가운데 불완전하게 응답된 10부를 제외한 280부(90.6%)를 통계처리에 이용하였다.

2. 조사내용 및 설문지 개발

본 연구를 위해 기존의 문헌⁵⁾을 참고하여 설문지를 개발하였으며, 응답률을 높이기 위해 응답자가 신속하고 간편하게 대답할 수 있는 표준화된 질문지를 사용하였다. 본 연구자가 개발한 소비자용 설문지는 소비자 일반사항 12문항, 패밀리 레스토랑의 음식측면 특성 10문항, 서비스 특성 14문항, 한식메뉴 활용에 관한 사항 11문항, 한식메뉴 활용도에 관한 중요성 11문항, 품질 향상을 위한 사항 12문항으로 구성하였다. 음식과 서비스에 대한 소비자의 중요도와 패밀리 레스토랑의 수행도를 5점 척도를 이용하여 중요도에서는 매우 중요하다, 수행도에서는 매우 만족하다를 5점으로, 그렇지 않은 경우를 1점으로 표기하였다. 중요도와 수행도의 결과분석에는 Importance Performance Analysis(IPA) Technique을 사용하였다. 이 분석기법은 소비자의 중요도와 급식소의 실제 수행수준을 격자도를 이용하여 제시해주므로, 급식소에서의 개선상황을 알 수 있게 해주는 효과적인 분석방법으로 보고되었다³²⁾. 개발된 설문지를 일반인 30명을 대상으로 예비조사하여 규명된

문제점을 의식산업 관련 전문가와 협의를 통해 수정 보완한 후 설문지를 완성하였다.

3. 자료의 통계처리

자료의 통계분석은 SAS PC 6.04(Statistical Analysis System)를 이용하여 평균, 표준편차등의 기술통계량을 산출하였다. 독립된 두 집단의 평균값을 비교할 때는 두 표본 t-검정(two sample t-test)방법을, 여러집단의 평균값을 비교할 때는 일원분산분석(One-way Anova)을 사용하여 유의적인 차이가 있을 때 사후검정방법으로 다중비교방법(Multiple range test)중 하나인 Student-Newman-Keuls 방법으로 그룹간의 차이를 비교 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 패밀리 레스토랑의 급식서비스 현황조사

1) 패밀리 레스토랑 소비자의 일반사항

본 연구는 서울에 위치한 6곳의 패밀리 레스토랑에서 식사를 하는 소비자 280명을 대상으로 하였으며 조사 대상자의 인구통계학적 변수로는 성별, 거주지역, 연령, 교육수준, 직업, 월 평균수입으로 집계 결과는 표 1에 제시하였다. 조사대상자의 53.6%가 남성이었고 여자는 46.4%이었고 미혼 81.4%, 기혼 18.6%였으며, 거주지역은 강북 48.2%, 강남 31.4%, 경기, 인천 및 기타 20.4%로 조사되었다. 연령은 20~29세가 77.9%로 대부분을 차지하였고, 평균연령은 26.0±5.8세로 조사되어 패밀리 레스토랑 이용객의 대부분이 20대임을 알 수 있다. 교육수준을 보면 대학교 재학 또는 졸업이 72.4%로 가장 많았으며, 직업별로는 학생이 52.9%로 과반수 이상을 차지하였고, 다음으로 일반사무직(17.9%), 전문직 및 관리직 12.5% 순으로 조사되었다. 월평균 가계 소득은 300만원 이상이 26.0%, 200~250만원 23.6%, 250만원에서 300만원 미만 13.2%로, 조사대상자의 60% 정도가 200만원 이상의 평균소득으로 조사되어 우리나라 1994년도 도시가계 월평균 소득 1,701,300원보다 월등히 높은 것으로 나타났다. 이는 조사대상이 패밀리 레스토랑을 주로 이용하는 중상층 이상의 계층이기 때문으로 사료된다.

2) 조사대상자의 패밀리 레스토랑 이용실태

본 연구의 실증분석에 사용된 패밀리 레스토랑 이용실태 변수로는 선택동기, 식당 이용횟수, 1인당 1회 지출비용, 동행인원, 동행인으로 집계 결과는 표 2와 같다. 패밀리 레스토랑의 선택동기는 주위권유(29.4%), 건물 및 간판(28.7%), 우연히(26.5%), 그리고 T.V. 및 잡지광고(15.4%)로 조사되어, 대중매체를 이용한 광고

표 1. 패밀리 레스토랑 이용고객의 일반사항 명(%)

일반사항	남 (N=150)	여 (N=130)	전체 (N=280)
결혼여부			
기혼	27(18.0)	25(19.2)	52(18.6)
미혼	123(82.0)	105(80.8)	228(81.4)
거주지역			
강남지역	41(27.3)	47(36.2)	88(31.4)
강북지역	77(51.3)	58(44.6)	135(48.2)
경기, 인천	20(13.3)	21(16.2)	41(14.7)
기타	12(8.1)	4(3.0)	16(5.7)
연령			
20세 이하	11(7.3)	9(6.9)	20(7.1)
20~29세	115(76.7)	103(79.3)	218(77.9)
30~39세	18(12.0)	12(9.2)	30(10.7)
40~49세	4(2.7)	3(2.3)	7(2.5)
50세 이상	2(1.3)	3(2.3)	5(1.8)
평균연령 26.0±5.8세			
교육수준			
초등학교 졸업이하	2(1.3)	0(0.0)	2(0.7)
중학교 졸업이하	2(1.3)	0(0.0)	2(0.7)
고등학교 졸업이하	26(17.5)	23(17.7)	49(17.6)
대학교 재학 또는 졸업	109(73.2)	93(71.5)	202(72.4)
대학원 졸업이상	10(6.7)	14(10.8)	24(8.6)
직업			
전문직, 관리직	15(10.0)	20(15.4)	35(12.5)
일반사무직	23(15.3)	27(20.8)	50(17.9)
생산직	1(0.7)	1(0.8)	2(0.7)
상업	6(4.0)	2(1.5)	8(2.9)
서비스업	12(8.0)	9(6.9)	21(7.5)
주부	1(0.7)	4(3.1)	5(1.8)
학생	88(58.7)	60(46.2)	148(52.9)
기타	4(2.6)	7(5.3)	11(3.8)
한달평균수입			
100만원 미만	14(9.3)	10(7.7)	24(8.6)
100~150만원 미만	16(10.7)	12(9.2)	28(10.0)
150~200만원 미만	28(18.7)	24(18.5)	52(18.6)
200~250만원 미만	42(28.0)	24(18.5)	66(23.6)
250~300만원 미만	21(14.0)	16(12.3)	37(13.2)
300만원 이상	29(19.3)	44(33.8)	73(26.0)

효과 보다 주위 사람들의 권유에 의한 구전효과가 월등히 높음을 알 수 있었으며, 이는 정의 연구⁸⁾와 일치하였다. 또한 건물이나 간판을 보고 선택한 소비자가 29% 정도로 많은 부분을 차지한 것은 대부분 패밀리

표 2. 조사대상자의 패밀리 레스토랑 이용 실태

일반사항	남 (N=150)	여 (N=130)	전체 (N=280)
선택동기			
T.V, 잡지, 광고	25(16.8)	18(13.9)	43(15.4)
건물, 간판	44(29.5)	36(27.7)	80(28.7)
주위 권유	37(24.8)	45(34.6)	82(29.4)
우연히	43(28.9)	31(23.8)	74(26.5)
식당 이용 횟수			
1~4회/년	49(32.7)	34(26.2)	83(29.6)
5~9회/년	41(27.3)	38(29.2)	79(28.2)
1~2회/달	53(35.3)	49(37.7)	102(36.4)
1~2회/주	7(4.7)	9(6.9)	16(5.8)
1인당 1회 지출비용			
10,000원 미만	21(14.0)	17(13.1)	38(13.6)
10,000~20,000원 미만	66(44.0)	80(61.5)	146(52.1)
20,000~30,000원 미만	43(28.7)	27(20.8)	70(25.0)
30,000원 이상	20(13.3)	6(4.6)	26(9.3)
동행인원			
1~2명	78(52.0)	93(71.5)	171(61.1)
3~4명	53(35.3)	28(21.5)	81(28.9)
5명 이상	19(12.7)	9(7.0)	28(10.0)
동행인			
친구, 선후배	41(27.3)	47(36.2)	88(31.4)
가족	77(51.3)	58(44.6)	135(48.2)
직장동료	20(13.3)	21(16.2)	41(14.6)
기타	12(8.1)	4(3.0)	16(5.8)

레스토랑이 교통요지에 위치해 있으며, 사람의 눈에 띄기 쉬운 단독건물이기 때문인 것으로 사료된다⁹⁾.

패밀리 레스토랑 이용횟수는 1달에 1~2회가 36.4%로 가장 많았고 다음으로 1년에 1~4회 29.6%, 5~9회/년 28.2%로 조사되었으며, 1인당 1회 지출비용은 과반수 이상이 10,000원~20,000원 미만(52.1%), 20,000원~30,000원(25.0%), 10,000원 미만(13.6%)으로 조사되었으며, 30,000원 이상인 고객도 9.3%를 차지하여, 조사대상자의 대부분이 1~2만원을 지출하는 것으로 나타나 지출비용이 상당히 많음을 알 수 있다. 원의 보고¹⁰⁾에 의하면 우리나라 패밀리 레스토랑 4개사의 1인당 평균 소비액은 SK 패밀리 레스토랑은 8,300원, CO 패밀리 레스토랑은 8,500~9,000원, TG 패밀리 레스토랑은 15,000원, SI 패밀리 레스토랑은 20,000원으로 조사되었다.

동행인원은 대부분이 1~2명(61.1%)이었고, 3~4명(28.9%), 5명 이상(10.0%) 순이었으며, 동행인은 가족이

48.2%, 친구·선후배 31.4%, 직장동료(14.6%)로 패밀리 레스토랑의 본래 의미와 같이 가족들과 이용하는 고객 이 많았다.

3) 패밀리 레스토랑의 급식서비스 수행수준 및 중요성

패밀리 레스토랑이 제공하는 급식서비스 특성을 제공되는 음식에 관계되는 항목들로 음식의 맛, 외관, 영양적 균형 등 음식에 관련된 항목 10가지, 패밀리 레스토랑에서 제공되는 서비스 속성으로는 시설, 청결, 소음수준 등 서비스에 관계되는 14개의 항목으로 분류하였다. 소비자의 중요도와 급식소의 실제 수행수준을 격자도에 가시적으로 보여주는 Importance-Performance Analysis(IPA) Technique를 이용하여 소비자들이 중요하다고 인식하는 정도(중요도)와 패밀리 레스토랑의 실제 수행수준(수행도)을 5점 척도로 평가한 결과를 표 3에 제시하였다.

패밀리 레스토랑을 이용하는 소비자가 인지하는 급식서비스 특성의 중요도는 5점 척도의 약 81.4%에 수준인 4.07을 보인 반면, 수행도는 약 63.8% 수준에 해당하는 3.19를 보여 중요도가 수행도보다 높게 평가되어 그 차이는 약 17.4%에 해당하는 0.87점으로 조사되었다. 서비스 측면의 품질 특성에서 중요도와 수행도간에 괴리는 0.84점인 반면 음식 측면에서의 괴리는 5점 척도의 18.6% 수준인 0.93으로 조사되어 전체 평균 괴리보다 높게 조사되었다. 즉 음식과 서비스의 품질특성을 종합하여 평가해 보면 패밀리 레스토랑의 소비자들은 서비스 특성보다 음식의 품질특성을 더 중요하게 인식하고 있으며, 반면에 패밀리 레스토랑은 음식 품질특성 보다는 서비스 품질특성을 더 적절하게 수행하고 있는 것으로 조사되었다. 본 연구에서 괴리란 수행수준 점수와 중요도점수의 차이로 정의 되며, ‘-’ 괴리값의 경우는 소비자들이 인지하는 중요성 수준보다 실제 패밀리 레스토랑의 수행수준이 낮은 것을 의미하므로 개선이 필요함을 제시해준다. 음식 품질특성 중에서 수행도와 중요도간의 괴리가 -1점 이상인 것에는 음식재료의 질과 신선도(-1.72), 음식의 맛(-1.38), 음료의 맛(-1.25), 소비자의 기호에 맞는 식단(-1.06), 음식과 음료의 품질(-1.00)이었으며, 서비스 품질특성 중에서 중요도와 수행도간의 괴리가 1점 이상인 것에는 청결수준(-1.51), 불평에 대한 처리(-1.43), 적절한 음식값(-1.43), 종업원 태도(-1.35), 공간의 여유성(-1.04)으로 조사되었다.

2. 패밀리 레스토랑의 한식메뉴 활용수준 및 중요성 분석

패밀리 레스토랑에서 한식메뉴의 활용정도를 분류,

표 3. 패밀리 레스토랑 급식 서비스 수행수준과 중요성 평균점수

급식 서비스 항목	수행도 ¹⁾	중요도 ²⁾	과리 ³⁾
음식의 맛	3.33±0.77	4.47±0.60	-1.38±0.95
한식메뉴의 활용도	2.50±0.69	3.36±1.01	-0.86±0.94
음식과 음료의 품질	3.38±0.82	4.38±0.77	-1.00±1.09
음료의 맛	3.22±0.77	4.47±0.77	-1.25±1.03
음식과 음료의 양	3.46±0.81	3.61±0.92	-0.15±1.25
음식의 외관	3.41±0.76	3.91±0.81	-0.50±1.07
소비자의 기호에 맞는 식단	3.23±0.90	4.29±0.79	-1.06±1.15
음식재료의 질과 신선도	2.94±0.83	4.66±0.66	-1.72±1.06
음식의 영양적 균형	3.23±1.02	3.78±0.99	-0.55±1.40
음식의 영양소 함량표시	2.40±1.07	3.14±1.08	-0.74±1.43
소 계	3.18±0.51	4.11±0.49	-0.93±0.68
시설 수준	3.71±0.84	4.18±0.78	-0.47±1.11
청결 수준	3.17±0.93	4.68±0.66	-1.51±1.14
소음 수준	3.14±0.94	4.04±0.82	-0.90±1.23
공간의 여유성	3.03±0.84	4.07±0.81	-1.04±1.22
업소의 분위기 연출	3.56±0.93	4.16±0.81	-0.60±1.14
주차의 용이성	3.04±1.04	4.01±1.01	-0.97±1.37
종업원 태도	3.19±0.96	4.55±0.71	-1.35±1.17
불평에 대한 처리	2.96±0.92	4.39±0.79	-1.43±1.18
주문 처리 시간	3.22±0.85	4.00±0.86	-0.78±1.17
적절한 음식값	2.79±0.85	4.23±0.89	-1.43±1.32
광고의 질	3.02±0.86	3.16±0.97	-0.15±1.25
예약 체계	3.25±0.84	3.59±0.96	-0.34±1.21
계산의 신속성과 편리성	3.48±0.82	3.67±0.94	-0.19±1.17
교통요지인 편리한 입지	3.31±0.82	3.88±1.01	-0.57±1.29
소 계	3.21±0.50	4.04±0.52	-0.84±0.67
평 균	3.19±0.45	4.07±0.46	-0.87±0.59

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

¹⁾ 1: 전혀 수행되고 있지 않다. 2: 잘 수행되고 있지 않다. 3: 보통이다. 4: 잘 수행된다. 5: 매우 잘 수행된다.

²⁾ 1: 전혀 중요하지 않다. 2: 비교적 중요하지 않다. 3: 보통이다. 4: 비교적 중요하다. 5: 매우 중요하다.

³⁾ 과리=수행도-중요도

죽류, 면류, 국류, 찜류 및 구이류, 전유어류, 나물류, 김치류, 병과류, 음청류, 일품요리의 11가지 속성으로 분류하여 패밀리 레스토랑에서 제공하고 있다고 느끼는 정도(수행도)와 소비자들이 중요하다고 인식하는 정도(중요도)를 5점 척도로 평가한 결과를 표 4에 제시하였다.

패밀리 레스토랑의 이용고객들이 인지하는 한식메뉴 활용의 중요도는 5점 척도의 약 66.2% 수준인 3.31을 보인 반면, 수행도는 약 50.4% 수준에 해당하는 2.52를 보여 중요도가 수행도보다 높게 평가되어 그 차이는 약 15.8%에 해당하는 0.79점으로 조사되었다. 한식메뉴 활용도의 중요성이 보통 이상으로 조사된 것들에는 김치류(3.87), 밥류(3.77), 일품요리류(3.73), 국류(3.43), 찜 및 구이류(3.39), 음청류(3.30), 면류(3.20), 나물류

(3.03)로 조사되어 패밀리 레스토랑의 소비자는 다양한 우리메뉴의 활용을 요구하고 있는 것으로 조사되었다. 반면에 한식메뉴 활용측면에서 중요도와 수행도간의 괴리는 평균 0.79로 현재의 한식메뉴 활용의 수행도가 중요도보다 낮음을 알 수 있다. 수행도와 중요도간의 괴리가 큰 것부터 살펴보면 김치류(-1.04)>병과류(-0.91)>국류(-0.86)>죽류(-0.85)>음청류(-0.80)>밥류(-0.78)>일품요리류(-0.76)>전유어류(-0.74)>찜 및 구이류(-0.72)>나물류(-0.70)>면류(-0.50)의 순으로 조사되었다.

그럼 1은 표 4의 패밀리 레스토랑에서의 한식메뉴 활용에 관한 수행도 및 중요도를 각각에 대해 수행수준 점수는 x좌표, 중요성 점수를 y좌표로 하여 11개의 좌표점(x,y)을 평면에 표시하고, 모든 특성에 대한 중

표 4. 패밀리 레스토랑의 한식메뉴 활용 수준 및 중요성 평균점수

한식 메뉴		수행도(N=280) ¹⁾	중요도(N=280) ²⁾	과 리 ³⁾
밥	류	2.99± 0.85	3.77± 0.92	-0.78± 1.04
죽	류	2.02± 0.91	2.86± 0.96	-0.85± 1.16
면	류	2.70± 1.08	3.20± 0.87	-0.50± 1.26
국	류	2.57± 1.04	3.43± 1.08	-0.86± 1.04
찜류 및 구이류	류	2.67± 1.04	3.39± 0.99	-0.72± 1.15
전유어류	류	2.19± 0.96	2.93± 0.97	-0.74± 1.09
나물류	류	2.34± 1.13	3.03± 1.11	-0.70± 1.01
김치류	류	2.83± 1.19	3.87± 0.96	-1.04± 1.23
병과류	류	1.97± 0.99	2.88± 1.00	-0.91± 1.23
음청류	류	2.50± 1.14	3.30± 1.02	-0.80± 1.32
일품요리	리	2.97± 1.17	3.73± 1.07	-0.76± 1.26
평균	균	2.52± 0.70	3.31± 0.65	-0.79± 0.66

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

¹⁾ 1: 전혀 수행되고 있지 않다. 2: 잘 수행되고 있지 않다. 3: 보통이다. 4: 잘 수행된다. 5: 매우 잘 수행된다.

²⁾ 1: 전혀 중요하지 않다. 2: 비교적 중요하지 않다. 3: 보통이다. 4: 중요하다. 5: 매우 중요하다.

³⁾ 과 리 = 수행도 - 중요도

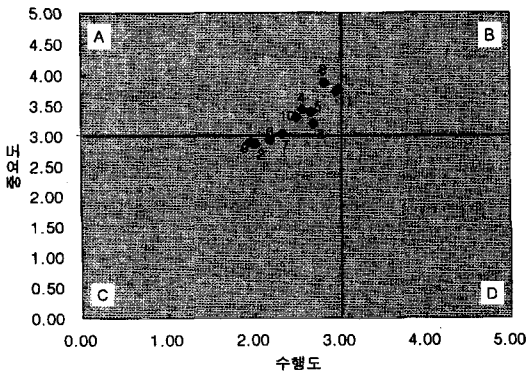


그림 1. 패밀리 레스토랑 한식 메뉴 활용의 중요도와 수행도 분석 격자도

1: 밥류 2: 죽류 3: 면류 4: 국류 5: 찜류 및 구이류 6: 전유어류 7: 나물류 8: 김치류 9: 병과류 10: 음청류 11: 일품요리

요도와 수행도의 5점 척도의 중간값을 분할선(x=3.00, y=3.00)으로 이용하여 평면을 4등분하여 그린 IPA (Importance Performance Analysis Grid)이다. Martilla 등은 IPA 분석시 격자도 분할선의 값을 midpoints (중점), medians(중간값), means(평균값)을 사용할 수 있으며, 자료의 성질에 따라 신중하게 결정해야 한다고 보고하였다³⁾. 본 연구에서는 평균값(수행도 2.52, 중요도 3.31)을 사용하였을 때 개선의 필요가 있는 A 사분면에 해당하는 항목들이 거의 없었다. 따라서 본 연구에서는 중요도와 수행도의 분석에 사용한 5점 척도의 중간값인 3점을 분할선으로 이용하여 본 연구에서 알고자 하는 소비자의 중요성은 높으면서 실제로 잘

수행되지 않는 A사분면을 밝혔다. 그림의 A, B, C, D의 4분면은 각 특성요인의 중요도와 수행도의 관계에 의해 이루어진다³⁾. 즉 A사분면(Focus here)은 중요하게 생각하는데 잘 수행되지 않아 불만인 특성이 있는 영역이므로, 소비자는 밥류, 면류, 국류, 찜 및 구이류, 나물류, 김치류, 음청류, 일품요리에 대해 불만인 것을 보여준다. B사분면(Doing great, keep it up)은 중요하게 생각하며 실제 잘 수행되어 만족하는 특성이 있는 영역이며, D사분면(Overdone)은 중요하게 생각하지 않는데 잘 수행되는 특성이 있는 영역으로, 본 조사에서 소비자는 패밀리 레스토랑의 한식메뉴 활용수준 전반에 관해 만족도가 낮은 것으로 조사되어, B, D사분면에 해당하는 특성이 없었다. C사분면(Low priority)은 중요성 인식도 낮고 실제 잘 수행되지도 않는 특성이 있는 영역으로, 소비자는 죽류, 전유어류, 병과류의 활용에 대하여 중요성과 수행도 모두 낮게 평가하고 있었다. 국내의 패밀리 레스토랑 대부분이 외국체인 브랜드이지만 대표적인 우리나라 고유 음식의 맛을 첨가한 메뉴를 개발하여 국내 고객들의 취향에 맞도록 하면서 유연성 있게 국내 음식도 접목시켜 메뉴개발을 하고 있다⁹⁾. 현재 대부분의 패밀리 레스토랑에서 널리 활용되고 있는 한식메뉴로는 김치 필라프, 김치 그라탕, 불고기 필라프, 불고기 버거, 떡갈비 스테이크 등으로 주로 앙트레(entrees)인 주메뉴에 국한되어 있는 반면, 애피타이저, 음료, 디저트 등에서 한식메뉴의 활용은 전무한 실정이다. 패밀리 레스토랑에서도 우리나라 고유음식의 맛을 유연성 있게 접목하여 국내 고객들의 욕구를 최대한 충족시켜 줄 수 있도록 다양한 한식메뉴

활용을 위한 지속적인 노력이 경주되어야겠다. 또한 식품관련 전문인들은 소비자의 만족도를 높이고 건강을 증진하는 차원에서의 한식메뉴를 활용한 식단개발과 활용하기 쉬운 급식서비스 프로그램의 개발을 지속적으로 수행하여야겠다.

3. 패밀리 레스토랑의 품질향상을 위한 개선방안

1) 패밀리 레스토랑 품질개선의 필요성

그림 2에 패밀리 레스토랑의 품질향상을 위한 개선방안의 필요성을 제시하였다. 소비자들의 품질개선 방안에 대한 필요성 평균점수는 4.03±0.53으로 '필요하다'고 응답하였다. 각 속성별로 비교해 볼 때 5점 만점에서 4점 이상을 차지한 것들은 우리 농산물 사용(4.51)>다양한 가격수준에 맞는 제품개발(4.46)>다양한 후식 급식(4.15)>건강식 개발 및 판매(4.09)순으로 조사되었다. 식이별에 따른 제품개발의 필요성은 콜레스

테롤 제한메뉴 개발 및 판매(3.92)>저열량 메뉴개발 및 판매(3.85)>저지방 메뉴개발 및 판매(3.84)>소금제한 메뉴개발 및 판매(3.73)>설탕제한 메뉴개발 및 판매(3.71)로 조사되어 소비자들이 질환에 따른 메뉴개발 및 판매에 대한 필요성에 관한 항목에서 필요하다고 대답하였다. Clay 등³⁰⁾에 의해 행해진 연구에 의하면 조사된 미국의 주요 chain restaurant들의 50% 이상이 그릴방법을 이용한 요리, 지방질이 적은 최고기요리, 저열량메뉴 등과 같은 건강식을 개발하여 판매하고 있으며, 질병과 관련된 건강식의 개발 및 판매의 중요성을 높이 인식하고 있었다. 우리나라도 식이와 관련이 깊은 성인병의 인구가 점점 늘어나고 있으며, 외식의 비율이 급증하고 있는 현 시점에서 다양한 종류의 건강식 및 치료식의 개발 및 판매가 매우 필요한 실정이다.

2) 소비자의 인구통계학적 특성에 따른 패밀리 레스토랑의 품질개선 필요성

소비자의 인구통계학적 특성에 따른 패밀리 레스토랑의 품질개선 필요성에 대해 살펴보았다. 표 5에는 소비자의 성별 및 연령에 따른 패밀리 레스토랑 품질개선 필요성에 대해 살펴보았다. 소비자의 성별에 따라 살펴보면 여자의 경우 품질개선 필요성에 대해 평균 4.15로 남자 3.92보다 필요성이 높게 조사되었으며, 각 속성별로 살펴보면 저열량메뉴의 개발 및 판매($p < 0.01$), 저지방 메뉴의 개발 및 판매($p < 0.01$), 설탕제한 메뉴의 개발 및 판매($p < 0.01$), 소금제한 메뉴의 개발 및 판매($p < 0.01$), 콜레스테롤 제한메뉴 개발 및 판매($p < 0.05$)에 대해 남자소비자들에 비해 필요성 인식이 유의적으로 높게 조사되었다. 이는 본 연구의 조사대상 여성이 대부분 20대(79.2%)로서 미와 몸매유지에 관심이 많은 시기여서 위와 같은 메뉴 개발의 필요성을 높게

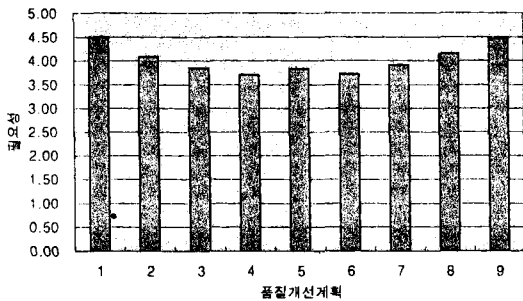


그림 2. 패밀리레스토랑 품질개선의 필요성
 1: 우리농산물 사용 2: 건강식 개발 및 판매 3: 저열량 메뉴 개발 및 판매 4: 설탕 제한 메뉴 개발 및 판매 5: 저지방 메뉴 개발 및 판매 6: 소금 제한 메뉴 개발 및 판매 7: 콜레스테롤 제한 메뉴 개발 및 판매 8: 다양한 수준에 맞는 제품 개발 및 판매

표 5. 소비자의 성별 및 연령에 따른 패밀리 레스토랑 품질개선의 필요성

품질 개선 계획	남 자 (N=150)	여 자 (N=130)	T값	25세 이하 (N=154)	26세 이상 (N=126)	T값
우리 농산물 사용	4.50±0.69	4.52±0.56	-0.31	4.56±0.59	4.45±0.68	1.40
건강식 개발 및 판매	4.09±0.78	4.08±0.79	0.09	4.13±0.75	4.04±0.82	0.96
저열량 메뉴 개발 및 판매	3.62±0.90	4.12±0.79	-4.93***	3.97±0.84	3.71±0.92	2.40**
설탕제한 메뉴 개발 및 판매	3.52±0.87	3.94±0.78	-4.21***	3.77±0.86	3.64±0.84	1.27
저지방 메뉴 개발 및 판매	3.65±0.91	4.05±0.78	-4.04***	3.86±0.90	3.81±0.85	0.45
소금 제한 메뉴 개발 및 판매	3.59±0.76	3.88±0.87	-2.90***	3.77±0.85	3.67±0.80	0.92
콜레스테롤 제한 메뉴 개발 및 판매	3.81±0.90	4.05±0.85	-2.35**	4.00±0.86	3.83±0.91	1.65
다양한 후식 급식	4.11±0.86	4.18±0.82	-0.71	4.23±0.77	4.05±0.91	1.76*
다양한 가격 수준에 맞는 제품 개발	4.43±0.83	4.48±0.68	-0.57	4.53±0.64	4.37±0.89	1.62
평 균	3.92±0.54	4.15±0.48	-3.58***	4.09±0.52	3.95±0.53	2.16**

* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

1: 전혀 필요 하지 않다. 2: 필요 하지 않다. 3: 보통이다. 4: 필요하다. 5: 매우 필요하다.

표 6. 소비자의 평균수입 및 직업에 따른 패밀리 레스토랑 품질개선의 필요성

품질 개선 계획	150만원 이하 (N=52)	150~250만원 (N=118)	250만원 이상 (N=110)	F값	학생 (N=148)	일반 (N=132)	T값
우리 농산물 사용	4.67±0.58	4.44±0.62	4.51±0.66	2.45*	4.59±0.58	4.42±0.68	2.37**
건강식 개발 및 판매	4.17±0.76	4.04±0.76	4.10±0.82	0.52	4.14±0.74	4.04±0.82	1.04
저열량 메뉴 개발 및 판매	3.90±0.87	3.72±0.89	3.97±0.88	2.44*	3.86±0.83	3.85±0.94	0.09
실당제한 메뉴 개발 및 판매	3.71±0.82	3.59±0.82	3.85±0.89	2.51*	3.67±0.84	3.77±0.87	-0.94
저지방 메뉴 개발 및 판매	3.73±1.01	3.74±0.80	3.99±0.86	2.91*	3.80±0.84	3.88±0.91	-0.78
소금 제한 메뉴 개발 및 판매	3.60±0.93	3.63±0.75	3.89±0.83	3.76**	3.69±0.80	3.77±0.85	-0.77
콜레스테롤 메뉴 개발 및 판매	3.85±0.98	3.80±0.82	4.09±0.88	3.44**	3.95±0.86	3.89±0.92	0.49
다양한 후식 음식	4.00±0.99	4.21±0.71	4.15±0.89	1.15	4.19±0.82	4.10±0.86	0.90
다양한 가격수준에 맞는 제품 개발	4.44±0.87	4.53±0.68	4.38±0.80	1.14	4.55±0.65	4.36±0.87	2.07**
평균	4.01±0.55	3.97±0.49	4.10±0.56	1.95	4.05±0.49	4.01±0.57	0.64

* $p < 0.05$, ** $p < 0.005$, *** $p < 0.001$

1: 전혀 필요 하지 않다. 2: 필요 하지 않다. 3: 보통이다. 4: 필요하다. 5: 매우 필요하다.

인식하기 때문에 사료되어진다. 연령에 따라 살펴보면 전반적으로 25세 이하의 소비자들이 25세 이상 연령층보다 품질개선의 필요성이 유의적($p < 0.05$)으로 높게 조사되었으며, 세부별로는 저열량메뉴 개발 및 판매($p < 0.05$)와 다양한 후식급식($p < 0.1$)에 대한 필요성이 높게 조사되어 젊은 세대의 다양한 요구를 보여주었다. 표 6에는 소비자의 평균 월수입 및 직업에 따른 패밀리 레스토랑의 품질개선 필요성을 제시하였다. 전반적으로 250만원 이상의 고소득 계층이 다른 소득층에 비해 품질개선 전반에 관한 필요성이 높게 조사되었다. 반면에 150만원 이하의 저소득층계층이 150~250만원인 중간소득층계층보다 품질개선 필요성에 대해 높게 대답하였는데 이는 본 연구에 참여한 150만원 이하의 저소득층인 경우는 대부분이 대학교 재학생인 학생계층이기 때문에 사료된다. 고소득층의 경우 소금 및 콜레스테롤 제한메뉴 개발 및 판매($p < 0.05$), 저지방, 설탕제한, 저열량 메뉴 개발 및 판매($p < 0.1$)에 대한 필요성이 유의적으로 높게 조사되었다. 직업별에 따른 비교를 보면 학생의 경우 우리 농산물이용 및 다양한 가격수준에 맞는 제품개발에 대한 필요성이 유의적으로($p < 0.05$) 높게 나타났다.

IV. 요약 및 결론

본 조사의 목적은 패밀리 레스토랑의 급식서비스 현황을 소비자를 대상으로 평가, 분석하여 패밀리 레스토랑의 품질개선을 위한 개선책을 제시하고자 한다.

이에 본 조사의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자 성별은 남자가 53.6%였고 소비자의 81.4%가 미혼이었으며, 거주지역은 강북이 48.2%로 가장 많았으며, 연령은 20대가 77.9%로 대부분을 차지하였다. 교육수준은 이용고객의 72.4%가 대학재학 또는 졸업자였으며, 직업분포는 과반수 이상이 학생이었으며, 월평균 가계소득은 300만원 이상이 26.1%로 가장 많았고 다음이 200~250만원, 250~300만원 순이었다.

2. 조사대상자의 29.4%가 주위 사람의 권유로 패밀리 레스토랑을 선택하였으며, 이용횟수는 1달에 1~2회가 36.4%로 가장 많은 부분을 차지하였고, 1인당 1회 지출비용은 과반수 이상이 10,000원~20,000원으로 조사되었고, 대부분의 이용객(71.1%)이 1~2명과 동행하였으며, 동행인은 가족이 48.2%로 가장 많았다.

3. 패밀리 레스토랑 이용고객들은 급식서비스 특성에 대해 중요하다(4.07)고 인식하고 있었으며, 실제의 수행정도에 대해서는 보통정도(3.19)로 평가하여, 패밀리 레스토랑의 급식서비스 수행수준 정도가 중요도보다

낮은 것으로 조사되었다. 이는 패밀리 레스토랑이 고객의 욕구를 충족시키기 위해서는 보다 많은 노력을 기울여야 함을 시사한다.

4. 패밀리 레스토랑에서 한식메뉴의 활용정도를 11 가지 속성으로 분류하여, 수행도와 중요도를 평가한 결과 중요도는 3.31로 보통 이상이였으며, 수행도는 2.52로 수행정도가 보통보다 낮음을 알 수 있다.

5. IPA 분석결과 A사분면(Focus here)에 해당되어 소비자가 중요하게 생각하는 반면 잘 수행되지 않아 불만인 특성이 있는 영역으로는, 밥류, 면류, 국류, 찜 및 구이류, 나물류, 김치류, 음청류, 일품요리로 조사되어, 소비자들은 패밀리 레스토랑의 한식메뉴 활용수준 전반에 대해 불만인 것으로 조사되었다. 식품관련 전문인들은 소비자의 만족도를 높이고 건강을 증진하는 차원에서 한식메뉴를 활용한 식단개발과 활용하기 쉬운 급식서비스 프로그램의 개발을 지속적으로 수행하여야 겠다.

6. 패밀리 레스토랑의 품질향상을 위한 개선방안의 필요성에 대해 소비자들은 평균 4.03으로 '필요하다'고 응답하였으며, 각 속성별로 비교해 볼 때 5점 만점에서 4점 이상을 차지한 것들은 우리 농산물 사용(4.51) > 다양한 가격수준에 맞는 제품개발(4.46) > 다양한 후식급식(4.15) > 건강식 개발 및 판매(4.09) 순으로 조사되었다.

7. 소비자의 사회통계학적 특성에 따른 패밀리 레스토랑의 품질개선 필요성에 대해 살펴보면, 여성고객의 경우 품질개선의 필요성이 평균 4.15로 남성고객 3.92보다 높게 조사되었으며, 연령에 따라 살펴보면 전반적으로 25세 이하의 젊은층이 25세 이상 연령층보다 품질개선의 필요성이 유의적($p < 0.05$)으로 높게 조사되었고, 평균 수입은 전반적으로 250만원 이상의 고소득 계층이 다른 소득층에 비해 품질개선 전반에 관한 필요성이 높게 조사되었다.

본 연구 결과를 바탕으로 패밀리 레스토랑의 급식서비스 개선을 위한 제언은 다음과 같다.

1. 패밀리 레스토랑의 급식서비스 수준에 대한 수행수준과 중요성 분석 결과 수행수준이 중요성보다 낮은 것으로 조사되었다. 급식서비스 업무에 대한 수행정도를 향상시키기 위해서는 급식종사원을 위한 전문단기 교육과정 운영, 체계적인 급식관련 프로그램 운영 및 활성화 등 다양한 방법을 활용하여야겠다.

2. 패밀리 레스토랑 종사원은 급식서비스 제공에 대한 재인식과 적극적인 수행노력이 필요하다고 사료된다. 또한 급식서비스의 개선을 위해 지적된 음식재료의 질과 신선도, 음식 및 음료의 맛, 소비자의 기호에 맞는 식단, 음식과 음료의 품질, 청결수준, 불평에 대한 처리,

적절한 음식값, 종업원 태도, 공간의 여유성등의 개선을 위해 끊임없는 노력이 수반되어야 하겠다.

3. 국내의 패밀리 레스토랑 대부분이 외국체인 브랜드이므로, 국내 고객들의 취향에 맞도록 개발된 한식 메뉴는 앙트레(entrees)인 주메뉴에 국한되어 있는 실정므로, 애플타이저, 음료, 디저트 등에서의 한식메뉴 활용은 매우 미비한 편이다. 패밀리 레스토랑에서도 우리나라 고유음식의 맛을 유연성 있게 접목하여 국내 고객들의 욕구를 최대한 충족시켜 줄 수 있도록 다양한 한식메뉴 활용을 위한 지속적인 노력이 경주되어야겠다.

4. 국내에 도입된 패밀리 레스토랑은 한국화의 모색이 없이 외국의 것이 그대로 들어와 운영되고 있다. 이제는 우리에게 적합한 한국형 패밀리 레스토랑의 개발이 어느때 보다도 시급하다. 이를 위해서는 우리 음식에 대한 과학적이고 체계적인 연구가 필요하며, 표준 레시피 및 표준화된 조리방법등을 바탕으로 우리음식이 과학화되어 우리나라뿐 아니라 해외진출의 방안도 모색되어야 하겠다.

참고문헌

- 현순옥. 서울시내 고등학교 학생의 간식 섭취 및 기호도에 관한 조사 연구. 이화여대 교육대학원 석사학위논문, 1984.
- 이영미. 도시 청소년의 식생활 행동과 식품에 대한 가치 평가에 관한 연구. 연세대학교 대학원 박사학위논문, 1986.
- 통계청. 도시가계년보 및 한국통계연감, 1970~1994.
- 원영숙. 패밀리 레스토랑의 운영실태에 관한 연구 - 사례중심으로. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1996.
- 권창희. 패밀리 레스토랑 선택행동과 관여도의 관계에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
- 정혜영. 패밀리 레스토랑에 대한 소비자 만족 연구. 건국대학교 대학원 가정학과 석사학위논문, 1995.
- 박형희. 국내 F.R.의 전망과 당면과제. 월간식당, 10: 83-92, 1994.
- Sutherland, D.H. and Badinelli, K.A. The future of college and university foodservice: An environmental perspective. J. of College & University Foodservice, 1(1): 53-61, 1993.
- Rudd, D.P. and Beahen, S.A. Marketing for Quality: State university at buffalo food service operations. J. of College & University Foodservice, 1(4): 55-59, 1994.
- 김상기. 소비자의 프랜차이즈 외식점 이용실태에 관한 연구. 건국대학교 경영대학원 석사학위논문, 1992.
- 김초영. Fast food의 이용실태 조사 및 영양적 균형 평가를 위한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1989.
- 모수미 김창임, 이심열, 윤은영, 이경선, 최경숙. 패스트푸드의 외식행동에 관한 실태 조사. 한국식문화학회지, 1(3): 295-309, 1986.
- 모수미, 전미정, 백수경, 이수경. 패스트푸드 외식행동에 관한 2차 실태 조사. 한국식문화학회지, 4(1): 83-94, 1989.
- 전미정, 김복희, 이경신, 모수미. 패스트푸드 식당이용자의 외식행동에 관한 실태 조사 연구. 대한가정학회지, 28(2): 15-29, 1990.
- 심경희, 김성애. 도시 청소년들의 패스트푸드 이용실태 및 의식구조. 한국영양학회지, 26(6): 804-811, 1993.
- 권봉현. 일본 관광객의 서비스 품질지각과 만족에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
- 김정. 패스트푸드의 만족도 결정요인 분석. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1986.
- 김현준. 패스트푸드 이용자의 만족도에 관한 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문, 1994.
- 양정운. 호텔식당 선택행동에 따른 만족에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
- 이재우. 호텔레스토랑 이용자의 선택영향 요인에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1990.
- 조양선. 부패식당 선택결정 요인에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1993.
- 최은진. 패스트푸드 체인점의 이용실태 및 패스트푸드에 대한 만족조사. 영남대학교 대학원 석사학위논문, 1992.
- Barsky, J.D. and Labagh, R. A strategy for customer satisfaction. The Cornell H.R.A. Quarterly (October): 32-40, 1992.
- Cadotte, E.R. and Turgeon, N. Key factors in guest satisfaction, The Cornell H.R.A. Quarterly (February): 45-49, 1988.
- Filiatrault, Pierre, and Ritchie, J.R. The impact of situational factors on the evaluation of hospitality services. Journal of Travel Research (Spring): 29-37, 1988.
- Jone, L.P. and Smith, L.J. Service attributes and situational effects on consumer preference for restaurant dining. Journal of Travel Research (Fall): 20-27, 1987.
- Swinyard, W.B. and Struman, K.D. Market segmentation: Finding the heart of your restaurant's market. The Cornell H.R.A. Quarterly (May), 1986.
- 류은순, 광동경. 국내 패스트푸드점에 대한 소비자의 의견조사-제1보: 햄버거 체인점을 중심으로. 한국식문화학회지, 4(3): 229-236, 1989.
- 전아다, 류은순, 광동경. 햄버거 체인점의 관리실태와 종업원 직무만족과의 관계. 한국식생활문화학회지, 10(1): 57-66, 1995.
- 김초영, 남순란, 광동경. Fast Foods의 이용실태조사 및 영양밀도 평가에 관한 연구-서울시내 남녀 중고등

- 학생을 중심으로- 한국식문화학회지, 5(3): 361-369, 1990.
31. 양일선, 이진미, 차진아, 한재정. 서울지역 고등학생들의 외식서비스 특성에 대한 중요인지도와 수행만족도 비교. 한국식생활문화학회지, 11(5): 663-671, 1996.
32. Green, C.G. Using customer survey data to develop marketing strategies in college/university foodservices. *J. College & University foodservice*. 1(1): 39-51, 1993.
33. Martilla, J.A. & James, J.C. Importance-Performance analysis. *Journal of Marketing*. January, 77-79, 1977.
34. Clay, J.M., Emenheiser, D.A. and Bruce, A.R. Healthful Menu Offerings in Restaurants: A survey of major U.S. Chains. *J. Foodservice Systems* 8(2): 91-101, 1995.