호텔레스토랑 이용고객의 메뉴 만족도에 관한 연구

강 성 일*

< 목 차 >

Ⅰ. 서론
Ⅱ. 조사설계
Ⅲ. 분석결과
Ⅳ. 결론
참고문헌
ABSTRACT

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

현대사회에서 경제성장은 국민소득과 개인 가처분소득을 증대시켰고, 개인의 가처분소득 증대는 가계생활에서의 소비형태에 많은 변화를 초래하고 있다. 외식에 대한 비용의 증대와 더불어 기회의 증가는 수요의 다양화를 초래하고 있으며, 이는 앞으로의 외식산업에 대한 마케팅 전략수립에 많은 영향을 미치고 있다. 그러나 이와 같은 외식산업의 환경변화에도 불구하고 대부분의 기존의 외식산업 경영자들은 고객의 수요변화에 능동적으로 대처하지 못하고 있는 것이 현실이다.

따라서 본 연구에서는 소비자의 만족에 관한 중요성을 감안하여 호텔 식음료 부문에서 종래의 맹목적인 메뉴의 질향상과 종업원의 서비스질 향상에서 진일보하여 호텔의 전사적 마케팅 측면에서 소비자의 만족에 관한 설문조사를 통해 호텔식당 이용고객의 만족에 관한 요인을 도출하여 생산성 향상과 관리에 효율을 기하고자 한다.

2. 연구방법 및 범위

1) 연구의 방법

본 연구의 방법은 선행연구들을 검토하여 분석 가능한 모형을 제시하는 문헌고찰 연구와 실증적 연구를 병행하고자 하는데 문헌 연구에서는 고객만족에 관한 속성과 결정모형, 레스토랑의 이용만족에 관한 기존 연구들의 논거와 변수 선정

* 영동대학 호텔조리과 교수

을 고찰한다. 이와 아울러 실증적 연구에서는 특급 호텔내 레스토랑 이용고객의 자기보고 결과인 설문지를 통하여 분석 활용한다. 즉, 고객의 이용 및 이용후의 행동요인을 도출한 후 레스토랑 이용에 따른 관련성을 살펴보고자 한다. 이러한 연구는 서울내 소재하는 특1급 관광호텔의 레스토랑 이용고객을 대상으로하였다.

또한, 분석방법에서는 통계패키지 SPSS를 이용하여 일차적으로 빈도분석하고 문항분석을 위해서 요인분석과 전체문항의 신뢰도 계수를 검토한다. 또한 호텔 레스토랑 고객의 이용 및 이용후 행동의 중요 고려 정도의 순위를 각 변수의 평균값과 표준편차를 이용하여 차이를 검증 제시한다

2) 연구의 범위

본 연구는 특급 호텔 레스토랑 이용고객의 만족요인 도출을 위해 각 요인간 차이를 밝혀 내는 것으로 한다.

이러한 목적을 달성하고자 본 연구의 구체적인 연구범위를 보면,

첫째, 소비자 만족과 관련한 서비스 품질과 만족에 대한 이론적 체계를 수립하고,

둘째, 고객선택 속성과 영향요인에 대한 선행연구 검토후 호텔식당 이용고객의 만족요인에 관한 측정변수의 설정과 셋째, 특급 호텔식당 이용고객을 대상으로 만족에 관한 실증조사후 각변수간 제요인의 도출과 넷째, 이의 시사점과 대안을 제시하려고 한다.

Ⅱ. 조사설계

1. 연구모형 및 가설의 설정

1) 연구 모형

식당선택에 관한 기존의 연구는 고객의 개인적 특성과 식당선택 행동간의 관계에 대해서는 많은 연구가 이루어져 있다. 그러나 고객 유형과의 관계에 대해서 특정 상황과의 관계에 대해 미비한 단계에 있다. 본 연구에서는 식당 이용 상황으로서 학자들마다 여러 상황의 분류를 제시하고 있지만 벨크가 제시한 과업에 해당되는 상황 특성을 채용하였다.

2) 가설의 설정

Monroe & Guiltinan의 연구에서 고객의 구매/탐색에 관한 의견과 활동에는 고객의 인구통계적 특성, 라이프스타일, 개성, 경제적 여건을 포함하는 구매자의

특성과 식당 전략의 영향을 기반으로 점포속성을 인식하고, 나아가서 대안점포에 대한 태도를 형성하게 되어 특정점포를 선택하게 된다고 하였다.
따라서 이들 이론을 배경으로 위의 연구모형에 맞추어 실증 분석을 위한 가설을 다음과 같이 설정하였다.
고객의 식당선택에 영향을 미치는 요소로 각 식당의 전략이 있음을 Monroe & Guiltinan의 모델에서 살펴보았다. 우리 나라의 각 식당은 나름대로 식당속성을 차별적으로 가지고 고객을 유인하며, 고객은 이들 식당속성을 점포별로 다르게 평가할 것이다.
고객은 라이프스타일, 개성, 인구통계적 특성에 따라 식당속성을 인식하고 대안점포에 대한 태도를 형성하여 특정선호 식당에서 구매하게 된다. 특히 나이, 소득, 교육수준 등의 인구통계적 특성은 호텔식당고객의 만족도와 직결되는 우수한 시장세분화 변수로서 중요한 바, 이를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정 검증하고자 한다.

가설 1 : 호텔식당 이용과 관련된 세부요인에 대한 고객의 평가는 인구통계적 요인에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

가설 2 : 호텔식당이용고객에 대한 식당메뉴, 분위기, 음식맛, 그리고 종업원의 서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 조사 설계

1) 조사대상

설문조사 대상은 서울/경기도에 거주하고 있는 171명을 대상으로 하였다. 설문조사 대상은 다음과 같다.

<표 1> 조사대상

구 분		인 원
거주지	서울시	138명
	경기도	33명
계		171명

2) 측정도구 및 항목

본 연구에서 사용된 조사항목 및 설문지 구성은 신제품수용장벽이 구매 후 평가에 미치는 영향을 알아보기 위하여 총 35개의 항목으로 구성하였으며, 각 측정변수에는 서열척도(Likert 7점 척도)를 사용하고, 인구통계적 특성에는 명목척도를 사용하였다. 각 검사 도구의 구성은 다음과 같다.

<표 2> 측정도구 및 항목

측정 변수	문 항 수	설문수	척도(Scale)
상대적 이점	1 - 5	5	서열척도
사용상의 문제점	1 - 5	5	서열척도
지각된 커튼	1 - 5	5	서열척도
시장숙지력	1 - 5	5	서열척도
관여도	1 - 5	5	서열척도
구매 후 평가	1-3	3	서열척도
인구통계적 특성	1-6	5	명목척도
계	50	35	-

Ⅲ. 분석 결과

1. 일반적 특성 및 신뢰성 검증

1) 응답자의 인구통계적 특성

인구통계적 요인에 대한 빈도분석 결과, 남자가 62.9%로 여자보다 호텔식당 이용을 많이 하고 있는 것으로 나타났. 연령에 대해서는 30세 이하가 44.6%로 타 연령에 비해 30세 이하의 연령이 호텔식당 이용을 가장 많이 하고 있었으며, 30대, 40대, 50대 이상의 순으로 나타났다.

직업에 대해서는 회사원이 전체의 50.4%로 가장 많았으며, 전문직이 두 번째로 많았으며, 그 외의 직업에서는 비슷한 비율을 보이고 있었다.

학력에 대해서는 대졸이 66.1%로 가장 많았으며, 고졸이하가 25.4%, 대학원졸 이상이 8.5%의 순으로 나타났다.

월소득에 대해서는 100-200만원이 50.9%로 가장 많았으며, 100만원 미만, 200-300만원, 300만원 이상의 순으로 나타나고 있었다.

즉, 위의 분석을 간단히 요약하면, 성별로는 남자, 연령은 30대 이하, 직업은 회사원, 학력은 대졸, 월소득은 100-200만원 사이의 사람이 호텔 식당을 많이 이용하고 있다고 할 수 있을 것이다.

<표 3> 인구통계적 요인에 대한 빈도 분석

인구통계적 요인	구 분	Frequency	Percent	Cumulative Percent
성별	남자	141	62.9	62.9
	여자	83	37.1	100.0
연령	30대 이하	100	44.6	44.6
	30대	80	36.2	80.8
	40대	36	15.6	96.4
	50대 이상	8	3.5	100.0
직업	학생	14	6.3	6.3
	회사원	113	50.4	56.7
	자유업	15	6.7	63.4
	전문직	60	26.8	90.2
	주부	12	5.4	95.5
	기타	10	4.5	100.0
학력	고졸이하	57	25.4	25.8
	대졸	148	66.1	91.5
	대학원 졸	19	8.5	100.0
월소득	100만원 미만	63	28.1	28.1
	100-200만원	114	50.9	79.0
	200-300만원	40	17.9	96.9
	300만원 이상	7	3.1	100.0
	Total	224	100.0	

2) 자료의 타당성과 신뢰성 검증

측정변수의 타당성 검증과 변수의 요약을 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인분석 방법은 주성분(Principal Component)방법을 사용하였으며, 회전은 직교회전 중의 하나인 Varimax Rotation을 사용하였다. 그리고, 요인 수의 결정은 특성치(Intial eigenvalue)가 1.00이상인 요인만으로 사용하였다.

요인분석된 요인들의 내적일관성을 검사하기 위하여 신뢰도 분석을 실시하였으며, 분석 방법은 사회과학에서 주로 많이 사용하고 있는 Cronbach's Alpha값을 사용하였다. 신뢰도의 기준은 Cronbach's Alpha값 .60이상으로 하였다.

등간척도로 사용된 항목들에 대한 요인분석 결과, 5개의 요인으로 추출되었다. 추출된 5개 요인의 내적 일관성 검사를 위하여 신뢰도 분석을 실시한 결과, 각각의 Cronbach's Alpha가 .7212, .6602, .7049, .6325, .6032로 나타나고 있어 신뢰성이 있다고 할 수 있다. 그리고, 5개 요인의 새로운 요인명으로 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 메뉴판의 평가, 종업원, 음식맛으로 사용하도록 하겠다. 그리고, 각 요인의 산술평균을 산출하여 이후의 분석에서 사용하도록 하겠다.

<표 4> 호텔식당 선택요인에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

새로운 요인명	항목	Component					Cronbach's Alpha
		1	2	3	4	5	
메뉴의 계절성 및 다양성	설문6	.688	.186	.154	-.147	.132	.7212
	설문7	.620	.376	9.247E-02	-7.500E-03	-.181	
분위기	설문19	5.598E-02	.803	.140	.124	9.838E-02	.6602
	설문20	.154	.674	.130	.207	.166	
메뉴판의 평가	설문9	3.615E-02	7.281E-02	.861	6.941E-02	.135	.7049
	설문10	.139	.110	.798	.163	.109	
	설문8	.406	.251	.495	-.177	-5.145E-04	
종업원	설문16	-3.947E-03	9.831E-02	7.222E-02	.761	.144	.6325
	설문18	2.360E-02	.229	.132	.632	-3.150E-02	
음식맛	설문11	4.376E-02	.141	.143	-.227	.730	.6032
	설문17	.172	9.942E-02	-7.959E-02	.427	.596	
	설문15	-2.229E-02	8.463E-02	8.748E-02	.325	.519	

2. 분석 결과

1) 레스토랑 이용 실태분석

레스토랑 이용횟수에 대한 분석 결과, 한 달에 1번이 29.9%로 가장 많았으며, 세 달에 1번, 한 달에 2-3회의 순으로 나타나고 있었다. 즉, 이용자 모두가 적어도 세 달에 1번 정도는 레스토랑을 이용하고 있다고 할 수 있을 것이다.

<표 5> 레스토랑 이용횟수에 대한 빈도분석

항 목	구 분	Frequency	Percent	Cumulative Percent
이용횟수	한 달에 4번 이상	14	6.3	6.3
	한 달에 2-3번	54	24.1	30.4
	한 달에 1번	67	29.9	60.3
	두 달에 1번	32	14.3	74.6
	세 달에 1번	57	25.4	100.0
	Total	224	100.0	

레스토랑에서 경험한 음식에 대한 순위를 보면, 파스타류가 149명으로 가장 많았으며, 피자류, 육류, 생선류의 순으로 나타났다. 그리고, 선호하는 음식으로는 파스타, 생선류, 육류, 피자류의 순으로 나타나고 있었다. 피자류의 경우를 보면 먹어본 경험은 많았으나, 선호하지는 않는다고 할 수 있을 것이다.

<표 6> 메뉴에 대한 경험도와 선호도에 대한 분석

경험한 순위	음식종류	경험한 수	선호순위	음식종류	선호수
1	파스타류	149	1	파스타류	82
2	피자류	93	2	생선류	51
3	육류	79	3	육류	47
4	생선류	74	4	피자류	27
5	가금류	38	5	가금류	11
6	야채류	23	6	야채류	6
7	기타류	12	7	기타류	1

2) 각 요인별 차이분석

요인분석에 의해 추출된 각 요인들에 대해 인구통계적 특성에 대해서 차이 분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

(1) 성별 차이 분석

각 요인에 대해 성별 차이 분석을 위하여 t-test를 실시한 결과는 다음과 같다.

표를 보면 메뉴의 계절성 및 다양성의 p value가 .025로 연령별로 유의한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났으며, 남자보다는 여자가 메뉴의 계절성 및 다양성에 대해서 높게 나타나고 있었다. 그 외 요인의 p value가 .05보다 높게 나타나고 있어, 유의수준 5%수준에서 통계적으로 성별에 대해 차이가 없다고 할 수 있을 것이다.

<표 7> 각 요인에 대한 차이분석

요인	성별	N	Mean	Std. Deviation	t (p value)
메뉴의 계절성 및 다양성	남자	141	2.4539	.6967	-2.263
	여자	83	2.6867	.8179	(.025*)
분위기	남자	141	2.1844	.6503	-.091
	여자	83	2.1928	.6977	(.928)
메뉴판의 평가	남자	141	2.3452	.5995	-1.006
	여자	83	2.4257	.5418	(.316)
종업원	남자	141	2.1028	.6775	.188
	여자	83	2.0843	.7683	(.851)
음식맛	남자	141	2.1395	.5421	.131
	여자	83	2.1285	.6962	(.896)

(2) 연령별 차이 분석

각 요인에 대해 연령별로 분산 분석을 실시한 결과는 다음과 같다. 분석 결과, 5개 요인의 p value가 각각 .006, .002, .006, .005, .001로 연령에 대해 모두 유의한 차이가 있음을 알 수 있다. 이에 대해 사후 검증의 하나인 Duncan-test를 실시한 결과는 다음과 같다

<표 8> 각 요인에 대한 연령별 분산분석

요인	구분	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p value
메뉴의 계절성 및 다양성	Between Groups	6.957	3	2.319	4.299	.006**
	Within Groups	118.681	220	.539		
	Total	125.638	223			
분위기	Between Groups	6.337	3	2.112	5.008	.002**
	Within Groups	92.788	220	.422		
	Total	99.125	223			
메뉴판의 평가	Between Groups	4.263	3	1.421	4.437	.005**
	Within Groups	70.459	220	.320		
	Total	74.722	223			
종업원	Between Groups	6.440	3	2.147	4.445	.005**
	Within Groups	106.246	220	.483		
	Total	112.686	223			
음식맛	Between Groups	5.751	3	1.917	5.612	.001**
	Within Groups	75.142	220	.342		
	Total	80.892	223			

사후 검증 결과, 50대 이상의 평균이 3.4375로 메뉴의 계절성 및 다양성에 대해서 가장 만족하고 있었으나 그 외의 연령에서는 메뉴의 계절성 및 다양성에 대해서 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

<표 9> 메뉴의 결정성 및 다양성에 대한 연령별 사후검증

연 령	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
30 대	80	2.4688	
40 대	36	2.4861	
30대 이하	100	2.5450	
50대 이상	8		3.4375
p value		.744	1.000

분위기에 대한 사후 검증 결과, 50대 이상의 평균이 2.9375로 가장 높게 나타나고 있어 레스토랑의 분위기에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 그 외의 연령에서는 레스토랑의 분위기에 대해 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 평균점수 3.0(보통이다)을 기준으로 모든 연령에서 만족하지 못하고 있다고 할 수 있다.

<표 10> 분위기에 대한 연령별 사후검증

연 령	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
30 대	100	2.0750	
40 대	36	2.1528	
30대 이하	80	2.2688	
50대 이상	8		2.9375
p value		.346	1.000

메뉴판의 평가에 대한 사후 검증 결과, 50대 이상의 평균이 3.0417로 가장 높게 나타나고 있어 메뉴판에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 그 외의 연령에서는 메뉴판에 대해 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

<표 11> 메뉴판의 평가에 대한 연령별 사후검증

연 령	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
30대 이하	100	2.3167	
30 대	80	2.3417	
40 대	36	2.4630	
50대 이상	8		3.0417
p value		.415	1.000

종업원 서비스에 대한 사후 검증 결과, 50대 이상의 평균이 2.6875로 가장 높게 나타나고 있어 종업원 서비스에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 그 외의 연령에서는 종업원 서비스에 대해 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 평균점수 3.0(보통이다)을 기준으로 모든 연령에서 종업원 서비스에 대해 만족하지 못하고 있다고 할 수 있다.

<표 12> 종업원에 대한 연령별 사후검증

연 령	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
30대 이하	100	1.9400	
30대	80	2.1625	
40대	36	2.2500	
50대 이상	8		2.6875
p value		.156	1.000

음식맛에 대한 사후 검증 결과, 50대 이상의 평균이 2.8750으로 가장 높게 나타나고 있어 음식맛에 대해 가장 만족하고 있었으며, 그 외의 연령에서는 음식맛에 대해 만족하지 못하고 있었다. 하지만, 평균점수 3.0(보통이다)을 기준으로 모든 연령에서 음식맛에 대해 만족하지 못하고 있다고 할 수 있다.

<표 13> 음식맛에 대한 연령별 사후검증

연 령	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
30대 이하	100	2.0367	
30대	80	2.1375	
40대	36	2.2407	
50대 이상	8		2.8750
p value		.269	1.000

(3) 직업별 차이분석

각 요인에 대해 직업별로 분산 분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

<표 14> 각 요인에 대한 직업별 분산분석

요 인	구 분	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p value
메뉴의 계절성 및 다양성	Between Groups	4.325	5	.865	1.554	.174
	Within Groups	121.313	218	.556		
	Total	125.638	223			
분위기	Between Groups	4.257	5	.851	1.957	.086
	Within Groups	94.868	218	.435		
	Total	99.125	223			
메뉴판의 평가	Between Groups	5.605	5	1.121	3.536	.004**
	Within Groups	69.117	218	.317		
	Total	74.722	223			
종업원	Between Groups	7.879	5	1.576	3.277	.007**
	Within Groups	104.808	218	.481		
	Total	112.686	223			
음식맛	Between Groups	4.206	5	.841	2.391	.039*
	Within Groups	76.687	218	.352		
	Total	80.892	223			

분석 결과, 5개 요인의 p value가 각각 .174, .086, .004, .007, .039로 연령에 대해 메뉴판의 평가와 종업원, 음식맛이 유의한 차이가 있음을 알 수 있다. 이에 대해 사후 검증의 하나인 Duncan-test를 실시한 결과는 <표 17>과 같다.

분석 결과, 학생의 평균이 2.1538로 메뉴판의 평가에 대해서 가장 불만족하고 있는 것으로 나타났으며, 전문직의 평균이 2.6167로 메뉴판의 평가에 대해 가장 만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 평균점수 3.0을 기준으로 모두 메뉴판의 평가에 대해서 불만족하고 있다고 할 수 있다.

<표 15> 메뉴판의 평가에 대한 직업별 사후검증

직 업	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
학 생	13	2.1538	
회사원	114	2.2690	2.2690
가정주부	12	2.3056	2.3056
가타	10	2.3667	2.3667
자유업	15	2.4667	2.4667
전문직	60		2.6167
p value		.152	.110

분석 결과, 기타와 학생의 평균이 1.6500, 1.6923으로 종업원 서비스에 대해서 가장 불만족하고 있는 것으로 나타났으며, 자유업의 평균이 각각 2.400으로 종업원의 서비스에 대해 가장 만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 평균점수 3.0을 기준으로 모두 종업원 서비스에 대해서 불만족하고 있다고 할 수 있다.분석 결과, 학생과 직업의 평균이 1.800, 1.8205로 음식맛에 대해서 가장 불만족하고 있는 것으로 나타났으며, 전문직의 평균이 2.3000으로 음식맛에 대해 가장 만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 평균점수 3.0을 기준으로 모두 음식맛에 대해서 불만족하고 있다고 할 수 있다.

<표 16> 음식맛에 대한 직업별 사후검증

직업	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
기타	10	1.8000	
학생	13	1.8205	
회사원	114	2.1053	2.1053
주부	12	2.1389	2.1389
자유업	15	2.2000	2.2000
전문직	60		2.3000
p value		.079	.390

(4) 학력별 차이 검증

각 요인에 대해서 학력별로 분산 분석을 실시한 결과, p value의 값이 각각 .001, .003, .128, .001, .012로 나타나고 있어, 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 메뉴판의 종업원, 음식맛에 대해서 유의한 차이를 보이고 있었고, 메뉴판의 평가에 대해서는 유의한 차이를 보이고 있지 않았다. 따라서, 유의한 차이를 보이고 있는 요인에 대해서 사후 검증인 Duncan-test를 실시한 결과는 다음과 같다.

<표 17> 각 요인에 대한 학력별 분산 분석

요인		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p value
메뉴의 계절성 및 다양성	Between Groups	7.967	2	3.983	7.481	.001**
	Within Groups	117.672	221	.532		
	Total	125.638	223			
분위기	Between Groups	5.131	2	2.566	6.032	.003**
	Within Groups	93.994	221	.425		
	Total	99.125	223			
메뉴판의 평가	Between Groups	1.378	2	.689	2.076	.128
	Within Groups	73.344	221	.332		
	Total	74.722	223			
종업원	Between Groups	6.944	2	3.472	7.257	.001**
	Within Groups	105.742	221	.478		
	Total	112.686	223			
음식맛	Between Groups	3.177	2	1.589	4.517	.012*
	Within Groups	77.715	221	.352		
	Total	80.892	223			

분석 결과, 대학원 졸이상의 평균이 3.0263으로 메뉴의 계절성 및 다양성에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 고졸과 대졸은 만족하고 있지 않은 것으로 나타났다.

<표 18> 분위기에 대한 학력별 사후검증

학력	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
고졸	57	2.0614	
대졸	148	2.1757	
대학원 졸이상	19		2.6579
p value		.439	1.000

분석 결과, 대학원 졸이상의 평균이 2.6579로 분위기에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 고졸과 대졸은 분위기에 대해서 만족하고 있지 않은 것으로 나타났다. 하지만, 모든 학력의 평균이 3.0 이하로 나타나고 있어, 분위기에 대해서 만족하고 있지 않다고 할 수 있을 것이다.

<표 19> 종업원에 대한 학력별 사후검증

학력	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
고졸	57	1.9737	
대졸	148	2.0709	
대학원 졸이상	19		2.6579
p value		.535	1.000

분석 결과, 대학원 졸이상의 평균이 2.6579로 종업원 서비스에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 고졸과 대졸은 만족하고 있지 않은 것으로 나타났다. 그러나, 모든 학력에서 평균 점수 3.0이하로 나타나고 있어 종업원 서비스에 대해서 만족하고 있지 않다고 할 수 있을 것이다.

분석 결과, 대학원졸이상의 평균이 2.5088로 음식맛에 대해서 가장 만족하고 있었으며, 고졸과 대졸은 만족하고 있지 않는 것으로 나타났다. 하지만, 모든 학력의 평균점수가 3.0이하로 나타나고 있었으며 음식맛에 대해서 만족하고 있지 않다고 할 수 있다.

<표 20> 음식맛에 대한 학력별 사후검증

학력	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
고졸	57	2.0409	
대졸	148	2.1239	
대학원 졸이상	19		2.5088
p value		.537	1.000

(5) 월소득별 차이 분석

각 요인에 대해서 월소득별로 차이 분석을 위하여 분산 분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

분석 결과, 분위기와 음식맛의 p value가 각각 .034, 039로 월소득별로 유의한 차이를 보이고 있었으며, 메뉴 및 재이용의사, 메뉴판, 종업원서비스에 대해서는 월소득별로 유의한 차이를 보이고 있지 않았다. 유의한 차이를 보이고 있는 요인에 대해서 사후 검증을 실시한 결과는 다음과 같다.

<표 21> 각 요인에 대한 소득별 분산분석

요인		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p value
메뉴의 계절성 및 다양성	Between Groups	3.129	3	1.043	1.873	.135
	Within Groups	122.509	220	.557		
	Total	125.638	223			
분위기	Between Groups	3.833	3	1.278	2.950	.034*
	Within Groups	95.292	220	.433		
	Total	99.125	223			
메뉴판의 평가	Between Groups	1.478	3	.493	1.480	.221
	Within Groups	73.244	220	.333		
	Total	74.722	223			
종업원	Between Groups	2.965	3	.988	1.982	.118
	Within Groups	109.721	220	.499		
	Total	112.686	223			
음식맛	Between Groups	3.003	3	1.001	2.827	.039*
	Within Groups	77.889	220	.354		
	Total	80.892	223			

분석 결과, 월소득이 300만원 이상인 집단의 평균이 2.8571로 분위기에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났으며, 그 외의 집단은 분위기에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 모든 집단의 평균이 3.0이하로 나타나고 있어, 분위기에 대해 불만족하고 있다고 할 수 있다.

<표 22> 분위기에 대한 소득별 사후검증

월소득	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
100-200만원	114	2.1360	
100만원 이하	63	2.1508	
200-300만원	40	2.2750	
300만원 이상	7		2.8571
p value		.525	1.000

분석 결과, 월소득이 300만원 이상인 집단의 평균이 2.7143으로 음식맛에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났으며, 그 외의 집단은 분위기에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 모든 집단의 평균이 3.0이하로 나타나고 있어, 음식맛에 대해 불만족하고 있다고 할 수 있다.

<표 23> 음식맛에 대한 소득별 사후검증

월수준	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
100만원 이하	63	2.0635	
100-200만원	114	2.1111	
200-300만원	40	2.2167	
300만원 이상	7		2.7143
p value		.438	1.000

(6) 고객만족에 미치는 영향분석

고객만족을 종속변수로 설정하고, 고객만족에 영향을 주는 요인인 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 메뉴판의 평가, 종업원, 음식맛을 독립변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과, R Square가 .265로서 회귀모형의 설명력이 26.5%로 나타났으며, Durbin Watson값이 2.196으로서 독립변수 사이의 자기 상관은 없는 것으로 나타났다.

고객만족에 유의한 영향을 미치는 독립변수는 메뉴의 계절성 및 다양성(p value=.002), 분위기(.007), 종업원서비스(.006), 음식맛(.030)으로 나타났다. 반면 메뉴판에 대한 평가는 고객만족에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다(p value=.162). 한편 독립변수들의 B값을 보면 분위기가 .207, 메뉴의 계절성 및 다양성이 .198, 종업원서비스가 .185, 그리고 음식맛이 .171로 나타났다. 비록 B값의 차이는 미미하게 존재하였지만, 분위기, 메뉴의 계절성 및 다양성, 종업원서비스, 그리고 음식맛은 고객만족에 각기 비슷한 정도의 영향을 미치고 있는 것으로 해석된다.

<표 24> 고객만족도와 요인간의 회귀분석 결과

독립변수	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	R Square	Durbin Watson	t	p value
	B	Beta				
(Constant)	.335		.265	2.196	1.397	.164
메뉴의 계절성 및 다양성	.198	.200			3.095	.002**
분위기	.207	.186			2.733	.007**
메뉴판의 평가	.118	.092			1.404	.162
종업원	.185	.177			2.778	.006**
음식맛	.171	.138			2.190	.030*

2. 가설의 검증

1) 가설 1의 검증

가설 1 : 호텔식당 이용과 관련된 세부요인에 대한 고객의 평가는 인구통계적 요인에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

가설 1의 검증을 위하여 t-test와 분산분석을 실시한 결과, 성별에 대해서는 메뉴의 계절성 및 다양성에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 연령별로는 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 메뉴판의 평가, 종업원 서비스, 음식맛에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 직업에 대해서는 메뉴판의 평가, 종업원 서비스, 음식맛에 대해서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 학력에 대해서는 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 종업원 서비스, 음식맛에 대해서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 월소득별로는 분위기와, 음식맛에서 유의한 차이를 보이고 있었다. 따라서, 가설 1은 부분 채택되었다.

2) 가설 2의 검증

가설 2 : 호텔식당이용고객에 대한 식당메뉴와 분위기, 음식맛, 그리고, 종업원의 서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미치고 있을 것이다.

가설 2의 검증을 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 고객 만족에 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 종업원 서비스, 음식맛이 유의한 영향을 미치고 있었으며, 메뉴판의 평가는 유의한 영향을 미치고 있지 않았다. 따라서 가설 2은 부분 채택되었다.

Ⅳ. 결 론

본 연구는 소비자만족에 관한 중요성을 감안하여 호텔 식음료 부문에서 종래의 맹목적인 메뉴의 질향상과 종사원의 서비스질 향상에서 진일보하여 호텔의 전사적 마케팅 측면에서 소비자의 만족에 관한 연구를 진행하고자 호텔식당 이용고객의 만족에 관한 요인을 도출하여 생산성 향상과 관리에 효율을 기하고자 연구하였는데 결과를 보면 다음과 같다.

먼저 이론적 고찰결과 인지된 서비스 품질은 우월성과 관련된 전반적 평가 또는 태도이며, 만족은 특정 거래와 관련되어 있으며, 고객이 특정 서비스에 대해 만족하고 있다 할지라도, 서비스 기업이 높은 서비스 품질을 소유, 제공하고 있다고 느끼지 않을 수 있으며, 따라서 만족과 품질의 관계는 시간의 흐름에 따른 만족의 정도가 서비스 품질의 지각에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

이와 같은 주장은 Engel, Blackwell & Miniard의 연구를 통해서도 알 수 있는데, 이들은 소비자들이 뚜렷하게 개념화된 과정을 통하여 점포를 선택한다고 제시하고 점포선택 과정에는, ① 평가기준, ② 지각된 점포의 특성, ③ 비교과정, ④ 마음에 드는 점포와 그렇지 않은 점포의 네 가지 변수가 존재한다고 한다.
이 모델에 의하면 고객의 점포선택 과정은 점포의 입지, 가격, 서비스 등에 관해 고객 자신의 평가기준과 지각된 점포이미지 특성을 비교하여 일치하는 정도가 높을수록 그 특정점포를 선택하게 된다는 것이다. 그러나 모든 소비자들이 반드시 그러한 점포선택 과정을 거치는 것은 아니며, 점포에 대한 과거의 경험이 만족스럽고, 조건이 동일하다면 소비자들은 그 점포에 대해 과정전체의 반복 없이 다시 찾게 되는 습관적 또는 제한적인 의사결정을 하게 된다는 것이다.

또한 이용상황에 따른 레스토랑의 선호태도를 분석하기 위한 June & Smith의 연구(1987)에서도 서비스 속성과 이용상황에 따른 레스토랑 선택 서비스 속성으로서 ①가격, ②분위기, ③수준높은(인정받은) 주류확보, ④서비스, ⑤질적수준의 5개를 도출하여 분석하였다. 친구와의 식사, 생일, 축하, 사업목적 등의 4가지 상황에 대한 각 속성들의 상대적 기여도는 ⑤가격, ②서비스, ④분위기, ①주류, ③식사의 질 순으로 역시 주류가 가장 높은 반면 식사가 상대적으로 가장 낮게 분석되었음을 밝히고 있다. 특히 사업목적 상황에 대하여는 ②가격, ①서비스, ⑤분위기, ③주류, ④식사의 질 순으로 나타났음을 밝히고 있다. 이와 같은 결과를 볼 때 전반적으로 서비스 수준과 수준 높은 주류확보가 레스토랑 선택에 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 가격, 음식의 질, 분위기의 순으로 레스토랑을 선택할 때 영향을 미친다고 한다.

따라서 본 연구에서는 이와 같은 선행연구 결과를 바탕으로 특정호텔 레스토랑

이용고객을 대상으로 고객만족 요인을 도출하기 위하여 실증조사를 하였는데 조사결과를 보면,

첫째, "호텔식당 이용과 관련된 세부요인에 대한 고객의 평가는 인구통계적 요인에 따라 유의한 차이가 있을 것이다."에서 t-test와 분산분석을 실시한 결과, 성별에 대해서는 메뉴의 계절성 및 다양성에서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 연령별로는 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 메뉴판의 평가, 종업원 서비스, 음식맛에서 유의한 차이를 보이고 있었다. 또한 직업에 대해서는 메뉴판의 평가, 종업원 서비스, 음식맛에 대해서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 학력에 대해서는 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 종업원 서비스, 음식맛에 대해서 유의한 차이를 보이고 있었으며, 월소득별로는 분위기와, 음식맛에서 유의한 차이를 보이고 있었다. 따라서, 가설 1은 부분채택 되었다.

둘째, "호텔식당 이용고객에 대한 식당메뉴와 분위기, 음식맛, 그리고, 종업원의 서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미치고 있을 것이다."에서 다중회귀분석을 실시한 결과, 고객 만족에 메뉴의 계절성 및 다양성, 분위기, 종업원 서비스, 음식맛이 유의한 영향을 미치고 있었으며, 메뉴판의 평가는 유의한 영향을 미치고 있지 않았다. 따라서 가설 2는 부분채택 되었다.

이상의 결과를 볼 때 고객이 식당을 선택할 때 고려하는 중요도와 만족도 간에는 유의적인 차이가 있으며, 호텔의 유형에 따라 중요도에 있어서도 차이를 나타내고 있음을 알 수 있다.

전반적으로 상황적 모형이 비상황적 모형보다 예측력이 높은 것으로 나타났다. 특히 이용상황중에서도 비교적 시간적 여유가 있는 저녁시간대의 경우 시간적 여유가 없는 점심시간 보다 만족도에 대한 예측력이 높은 것으로 조사되었으며, 따라서 상황변수가 고객의 선택행동을 설명함에 있어서 유용한 변수임을 확인 할 수 있다.

이상의 연구결과를 볼 때 특급호텔 식당의 특성상 젊은층이나 일반대중이 자연스럽게 이용할 수 있는 수준이 아니므로 반복 이용을 통해 고품격서비스를 원하는 중· 고소득층이 많이 이용되고 있음을 알 수 있었고 또한 만족도에서도 이용회수가 적은 고객보다 많은 고객일수록 만족도 또한 높은 것으로 나타났다.

따라서 특급호텔이 갖고 있는 특성상 고품격 서비스 질을 유지하면서 중· 저가 메뉴개발로 20-30대 젊은 층이 많이 이용할 수 있도록 하기 위해서는 식당이 갖고 있는 특정메뉴를 한국인의 기호에 맞게 재가공해서 메뉴상품의 다양화의 시도가 요구되고 가격의 중· 저가 유지를 위해 내부인건비, 시설비, 식재료비의 공동구매나 국산재료로 대체 등을 통해 40-50대 중심의 고객만족 구조에서 20-30대 주류의 고객만족 전략으로의 영업타켓이 전환되어 질것이 요구된다.

아울러 엥겔(Engel), 콜렛(Kollat), 블렉웰(Blackwell)에 의하면 고객이 기대하는 여러 가지 요인이 작용하여 이루어진 식당의 이미지가 부합되면 식당 선택이 보다 높아지고 고유의 특성을 지닌 고객은 나름대로의 평가기준을 세워놓고 그 기준에 맞추어 식당이 가지고 있는 이미지를 비교하여 그 결과가 긍정적이면 그 식당을 선택하는 것이고 부정적이면 그 식당을 포기하고 다른 식당을 고려하는 것이 고객의 기본적 취향이라고 주장한다. 또한 먼로(Monroe)와 길티넌(Guiltinan)은 식당 선택에 대한 태도에 의해 영향을 받는다고 하며, 식당을 구성하는 요인에 대한 중요도와 특정 식당의 요인에 대한 고객의 지각의 두 측면에 의해 결정된다는 것이다. 식당에 대한 태도는 식당 이미지로 파악하게 되는데, 애고 요인 중 편의성의 요인을 가장 중요시하는 고객은 가장 가까운 레스토랑을 애고하는 경향이 있고, 개인적인 인간관계를 중요시하는 소비자는 레스토랑의 종업원과 좋은 관계를 가지고 있는 레스토랑을 선호하게 된다는 것이다. 따라서 이와 같은 관점에서 호텔 레스토랑의 만족도를 높이기 위해서는 고객의 편익성을 파악하고 각 고객의 갖고 있는 특성을 감안 고객 관리카드 등의 작성유지로 고객의 기호에 맞는 다양한 주류확보를 통한 바틀택서비스와 주문식 단제 등의 수준 높은 서비스질 유지와 고품격의 내부시설, 인테리어가 상호조화될 수 있도록 차별화 할 것이 요구된다. 아울러 이러한 고품격 서비스를 바탕으로 고객과 종업원과의 좋은 이미지와 관계가 유지되도록 서비스 전담제 등의 도입도 고려해 볼만하다 하겠다.

마지막으로 본 연구가 갖는 한계점으로 식당 선택요인에 대한 선행연구의 미비와 조사대상의 제한 등에 따른 다음과 같은 연구의 한계를 갖는다.

첫째, 우리 나라 식당 선택에 대한 선행연구나 조사가 사실상 전무하며, 본 연구의 주제와 유사한 선행연구가 없어 이론적 체계와 수준을 비교하는데 어려움을 갖는다.

둘째, 식당 고객의 유형에 따라 답변의 어려움을 감안 문항 수를 극히 제한한 점에서 본 연구의 한계를 갖는다.

셋째, 본 연구는 서울 지역에 소재한 특급호텔 식당을 대상으로 하였기에 본 연구가 지역적 제한성과 전국적 표본으로 반영하는데 한계를 갖는다.

넷째, 본 연구의 조사대상은 서울지역을 중심으로 했기 때문에 본 연구결과가 조사대상에 제한적으로 적용되어야 할 것으로 밝히고 이에 따라 그 결과를 일반화하기 위한 추가적인 연구를 통해 외적 타당성이 검증되어야 할 것이다.

참고문헌

김원수, 마케팅 관리론 (서울 : 경문사, 1998).

나정기, 메뉴관리론(서울 :기문사, 1995).

오세영, 생물학적, 문화적 측면에서 본 한국인의 식생활 행동 : 지난 50여년을 중심으로, 한국식문화학회, 1993년도 추계학술대회, 1993, 11, 27.

이학식· 안광호, 소비자 행동(서울: 법문사, 1993).

진양호, "한국관광호텔 서양요리 표준화에 관한 연구", 경희대학교대학원, 석사학위논문, 1987.

최수근, "서양요리 소스(Sauce)의 역할이 메뉴에 미치는 영향", 경희대학교대학원, 석사학위논문, 1994.

Anderson, Ralph E. "Consumer Dissatisfaction: The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance, " Journal of Marketing Research, Feb. 1973.

Fisk, Raimon P. and Clifford E. Young, "Disconfirmation of Equity Expectations: Effects on Consumer Satisfaction with Sevices", Advance in Consumer Research, 1985.

Miller, Kenncth E. and James L. Ginter, "An Investigation of Sitrational Variation in Brand Choice Behavior and Attitudes", Journal of Marketing Research, Vol. 16, Feb. 1989.

Oliver, Richard L. "Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluation: An Alternative Interpretation", Journal of Applied Psychology, 62(4), 1977.

ABSTRACT

A Study on Customer Satisfactions toward Hotel Restaurants

Kang Sungil

The main purpose of this study is to investigate the factors affecting customer satisfactions toward the italic restaurants of hotels. Especially, the role of menu-related factors is elaborated. Based on the previous research findings, the following hypotheses were proposed and tested.

First, customer evaluations of the factors related to the service of italic hotel restaurants will show differences, depending upon demographics. The results found are as follows. Concerning the seasonality and variety of menu, customer evaluations differed by gender. Depending on age groups, customer evaluations differed for the communicative quality of menu, the restaurant atmosphere, the employee service level, and the food taste. By the type of occupations, there were differences in customer evaluations of the communicative quality of menu, the employee service level, and the food taste. By the education levels, there were differences in the evaluations toward the seasonality and variety of menu, the restaurant atmosphere, the employee service level, and the food taste. Finally, concerning the restaurant atmosphere and the food taste, customer evaluations differed by their income levels. Second, the employee service level, the seasonality and variety of menu, the communicative quality of menu, the restaurant atmosphere, and the food taste are predicted to significantly affect customer satisfactions. My results were consistent with this prediction except for that the communicative quality of menu did not significantly affect customer satisfactions. Regarding the role of menu-related factors in customer satisfactions, my finding implies the importance of updating the menu, providing the variety and reflecting the seasonality. The more studies, however, should be needed to explore the various roles of menu-related factors in restaurant customer satisfactions.

3인 익명심사 필
2000년 8월 3일 논 문 접 수
2000년 8월 21일 최 종 심 사