

## 호텔 고객의 뷔페 메뉴품질 만족도에 관한 연구

최수근 · 이연정 · 이진형  
경주대학교 외식조리과  
(2004년 9월 20일 접수)

### A Study on the Satisfaction of the Buffet Menu Quality of the Hotel Customers

Su-Keun Choi, Yeon-Jung Lee, and Jin-Hyung Lee

*Department of Food service management and Culinary, Gyeongju University, Korea*

(Received September 20, 2004)

#### Abstract

This study aims at providing useful information to establish subdivided marketing direction by deriving factors of significant extent and practicable extent of buffet users toward menu quality among super deluxe hotels in Gyeongju, and furthermore aims at presenting implications for efficient management result and sales increase of buffet in the future. The result of positive analysis is as follows. Firstly, in result of analyzing difference between importance and performance of hotel buffet in Gyungju area, importance is much higher than performance. Secondly, respondents consider that the most important menu of hotel buffet is main dish such as hot food and instant food rather than menu such as beverage, soup and salad. When it comes to attribute of menu quality, it appeared that respondents put highly significant extent on sanitariness of food, freshness of food, flavor of food, and seasonality and variety of menu. Thirdly, oriental instant food is included in the second quadrant of IPA regarding buffet menu which should be intensively managed. And three attributes such as temperature of food, time of changing food, and creativity of menu are included in the second quadrant of IPA graph by attribute of hotel buffet's menu quality. Lastly, in IPA graph by hotel, the following menus of each hotel need to be intensively managed: Oriental instant food of A hotel, Western cold food of B hotel, Oriental instant food, Western instant food, and Oriental dessert of C hotel, and Western porridge · soup, Oriental instant food, and Western instant food of E hotel. The aforementioned menus should be improved.

**Key Words** : buffet, menu quality, super deluxe hotels

#### I. 서론

현대 외식 대중들의 사회적, 경제적 여건 변화에 따라 다양해지고 있는 고객의 욕구는 종래와 달리 차별화 된 상품, 시설, 분위기 및 색다른 외식경험

을 추구해 오고 있다. 과거의 외식은 배고픔을 극복 하는 먹거리로서 인식되어 왔으나, 이제는 여가활동 의 하나로써 보편적으로 인식되어가고 있으며, 이에 따른 고객의 기호와 욕구는 점점 더 높아지고 있으며 다양해지고 메뉴 교체주기도 역시 점점 더 짧아

지고 있다.

따라서 이러한 다양한 욕구를 소화시킨 조리 상품을 이용한 뷔페음식은 음식 각각의 특성과 이미 수반된 운영의 노하우를 필요로 하게 되었다. 즉 고객은 음식의 취향에 흥미를 느낄 수 있게 메뉴를 개발하거나 서비스를 항상 제공하는 서비스 맨으로서의 기량과 창조적 행위는 고객의 욕구 충족과 호텔 사업발전에 연결될 수 있도록 기대에 부응해야 한다. 그러나 이에 따른 체계적인 관리와 능동적인 대처가 부족한 것이 현실이다.

뷔페란 일정한 요금을 지불하면 기호에 따라 마음껏 먹을 수 있는 요리로써 일명 'smorgasbord'라고도 한다. 'smor'는 버터를 뜻하고 빵에 버터를 발라먹는다는 뜻이다. 또한 'gas'는 영어의 'goes'라는 말로 거위를 의미한다. 이는 가금류(家禽類)의 구이 등의 요리를 제공한다는 말이다. 'bord'는 영어 'board'로 식탁을 뜻한다<sup>1)</sup>.

뷔페는 여러 가지의 음식을 차려놓고 고객이 원하는 만큼 떠다먹는 음식이기 때문에 그 음식마다의 특색이 있어야 하는 것이 생명이라 할 수 있다. 그런 만큼 음식의 맛, 재료, Sauce, 조리방법 등의 다양성에 많은 관심을 기울여야 하며, 음식의 담는 방법이라든지 그릇의 사용 등에 단조로움을 피해야 하며, 상차림 또한 볼륨이 있어 음식을 고를 때도 구경거리를 제공하여야 훌륭한 뷔페메뉴가 될 수 있다.

뷔페메뉴작성 시 반영해야 할 사항은 다음과 같다. 즉 같은 재료로 두 가지 이상의 요리를 만드는 것을 피해야 하며, 요리의 장식에 주의한다. 비슷한 색의 요리를 반복하지 말고, 같은 Sauce나 비슷한 Sauce가 중복되는 것도 피해야 하며, 두 가지 이상의 요리에 같은 조리방법을 가능한 사용하지 않는다.

요리코스의 균형을 맞추어야 하며, 계절의 감각에 알맞은 메뉴를 작성하여야 하고, 식품의 위생을 충분히 고려하고 영양의 배합을 고려한 메뉴를 구성해야 한다. 이외에도 창의적인 고안, 경제적인 상품, 기호에 맞는 메뉴, 경영상에 맞는 메뉴가 되어야 하며, 특히 고객만족을 위하여 다양한 메뉴 개발과 새로운 메뉴의 제시가 되도록 해야 할 것이다<sup>2)</sup>.

지금까지의 모든 메뉴에 대한 계획과정을 살펴볼 때 대부분의 메뉴계획자나 주방관리자들은 새로운 메뉴를 개발하기보다는 기존의 메뉴를 수정, 보

완하거나 또는 모방하여 사용하는 한계성을 내포하고 있는 것이 사실이다. 메뉴계획과 관리과정이 식음료 경영관리에 있어서 중요함에도 불구하고 대부분의 호텔이나, 외식산업을 운영하는 경영자는 경영방식과 메뉴에 대한 기존의 틀을 벗어나지 못하고 독창성이 없는 메뉴를 그대로 사용하고 있기 때문에 많은 문제점을 안고 있는 실정이다.

한편 지금까지의 메뉴와 관련한 연구로는 호텔 및 외식업체 이용객의 메뉴 및 서비스 만족도 등에 관한 연구<sup>2-9)</sup>, 호텔 및 레스토랑 이용객의 메뉴선택 등에 관한 연구<sup>9)-14)</sup>가 다수 있으나 실제로 뷔페의 메뉴의 품질에 관한 연구는 거의 이루어지지 않았을 뿐만 아니라 뷔페운영에 관한 연구도 많지 않은 실정이다.

이런 의미에서 호텔 뷔페에서 고객에게 제공되는 메뉴품질을 정확히 파악하고 평가하여 이를 운영에 반영한다면 뷔페뿐만 아니라 호텔의 경쟁력을 크게 강화시킬 수 있을 것이다.

따라서 본 연구는 경주지역 특급호텔을 중심으로 뷔페 이용객의 메뉴품질에 대한 중요도와 실행도 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 뷔페의 매출증대와 효율적인 경영성과를 위한 시사점을 제시하고자 하였다.

## II. 연구방법

### 1. 대상 및 기간

본 연구는 경주시내에 소재한 5개의 특급호텔 뷔페를 이용하는 고객을 대상으로 2004년 5월 5일부터 15일까지 약 10일간에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 각 호텔당 100부씩 총 500부의 설문지를 배부하여 총 266부의 설문지를 회수하였다. 회수한 설문지 중에서 불성실하게 응답한 13부의 설문지를 제외한 253부의 설문지를 분석에 활용하였다.

### 2. 조사내용

조사에 사용된 설문지는 선행 연구자의 연구<sup>3-26)</sup>를 토대로 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌

하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 본 연구의 조사내용은 크게 4개의 부분으로 구성하였다.

첫째, 조사대상자의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 학력, 월평균소득, 직업 등 총 5 문항으로 구성하였다

둘째, 조사대상자의 호텔이용 행동 특성을 파악하기 위해 정보원천, 호텔선택기준, 호텔 방문시 이용 시설, 뷔페 이용 빈도, 동반자, 이용목적 등 7문항으로 구성하였다.

셋째, 메뉴별 품질에 대한 중요도와 만족도를 측정하기 위하여 찬요리, 죽·스프, 샐러드, 더운 요리, 즉석 요리, 디저트와 음료 등 7개의 메뉴를 동양식과 서양식으로 나누어 총 14개의 문항에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

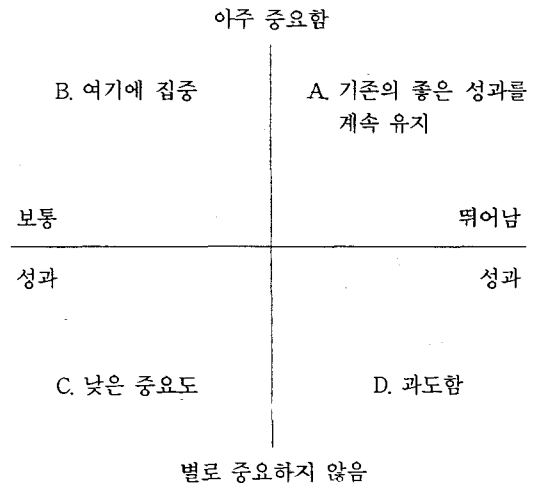
넷째, 메뉴품질 속성을 측정하기 위하여 선행연구의 검토를 통해 추출된 18문항, 즉 음식의 청결성, 음식의 모양, 음식의 신선도, 건강식 요리, 음식의 맛, 재료나 조리법, 메뉴의 계절성, 요리의 질감, 메뉴의 다양성, 요리의 향기, 메뉴의 온도, 요리에 대한 설명, 메뉴의 교체시기, 요리의 색상, 음식의 영양, 음식의 양, 메뉴의 독창성, 음식의 크기 등에 대해 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

### 3. 자료의 분석

자료의 통계처리는 SPSS 11.0을 활용하여 빈도분석, t-test, 일원분산분석을 실시하였고, 뷔페메뉴의 품질에 대한 IPA 그래프를 작성하기 위하여 IPA (Importance-Performance Analysis)를 실시하였다. IPA는 여러 속성들을 포함되어 있는 뷔페 메뉴에서 여러 속성들의 상대적인 중요도와 실행도를 보여주는 과정이다. 이 분석은 2차원 격자에 메뉴관리자가 어디에 자원과 프로그램을 집중해야 되는지를 밝혀준다. IPA격자는 <그림 1>과 같이 4사분면으로 각 변수의 중요도와 실행도를 이용하여 점을 찍고 격자로서 4개면으로 나타내어 보여주는 방법이다. 그러므로 각 면은 다음과 같은 의미를 갖는다.

IPA의 개념과 포지셔닝 맵은 비슷한 개념이지만 전통적으로 각 모델의 적용방법에 있어 상이하게 나타난다. 즉 포지셔닝 맵은 같은 범주(예 : 호텔산업)에 있는 여러 호텔(예: 힐튼, 하얏트, 조선, 롯데호텔)들이 포지셔닝 맵에서 어디에 속해 있는지를

- |   |
|---|
| A. 기존의 좋은 성과를 계속유지 : 기업의 서비스에 대해 고객이 만족해 함  |
| B. 여기에 집중 : 고객에게는 아주 중요한 속성이지만 기업의 성과는 낮음   |
| C. 낮은 중요성 : 기업도 낮은 중요도를 두고, 고객도 중요하게 여기지 않음 |
| D. 과도함 : 기업은 높은 중요도를 두지만, 고객은 중요하게 여기지 않음   |



<그림 1> IPA의 개념

알아볼 때 사용하며, IPA모델은 한 제품(예: 롯데호텔)내에서 이러한 제품을 구성하는 여러 요소들이 실행도와 중요도로 고려하여 어디에 위치해 있는지를 표시할 때 사용하는 모델로 사용되어 왔다. 이 연구에서는 메뉴의 품질을 구성하는 요인들을 도출하고 그 중요도와 실행도를 통하여 어떠한 부문에 집중해야 되는지를 알아보고 메뉴품질 향상방안을 제안하는 연구로서 이 기법을 사용한다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 일반적 특성은 <표 1>에서 보는 바와 같이 남성이 141명(55.7%), 여성이 112명(44.3%)으로 나타났으며, 연령별로는 20대가 30명(11.9%), 30대가 89명(35.2%), 40대가 121명(47.8%), 50대 이상이 13명(5.1%)으로 30대와 40대가 전체 80%이상을 차지하는 것으로 나타났다. 학력은 고졸 이하가 39명(15.4%), 대학졸업(재학포함)은 199명

〈표 1〉 조사대상자들의 일반적 특성

구분		빈도수(명)	구성비율(%)
성별	남자	141	55.7
	여자	112	44.3
	계	253	100.0
연령	20대	30	11.9
	30대	89	35.2
	40대	121	47.8
	50대	13	5.1
	계	253	100.0
학력	고졸이하	39	15.4
	대졸(재학포함)	199	78.7
	대학원 졸업(재학포함)	15	5.9
	계	253	100.0
소득	100만원 미만	52	20.6
	150만원 미만	74	29.2
	200만원 미만	56	22.1
	250만원 미만	29	11.5
	300만원 미만	24	9.5
	300만원 이상	18	7.1
	계	253	100.0
	직업	학생	5
회사원		127	50.2
자영업		29	11.5
주부		20	7.9
전문직		52	20.6
기타		20	7.9
계		253	100.0

(78.7%), 대학원 졸업(재학포함) 이상은 15명(5.9%)으로 대학재학 및 대졸의 수가 가장 큰 것으로 나타났다. 월평균 소득은 100만원 미만이 52명(20.6%), 150만원 미만이 74명(29.2%), 200만원 미만이 56명(22.1%), 250만원 미만이 29명(11.5%), 300만원 미만이 24명(9.5%), 300만원 이상이 18명(7.1%)으로 나타났다. 이는 호텔뷔페의 주 방문객의 소득수준이 200만원을 넘지 않는 것으로 나타났다(71.9%). 직업은 학생이 5명(2.0%), 회사원이 127명(50.2%), 자영업이 29명(11.5%), 주부가 20명(7.9%), 전문직이 52명(20.6%), 기타가 20명(7.9%)으로 나타났다. 주 이용고객이 회사원과 전문적인 것으로 나타났다.

2. 조사대상자들의 호텔이용 행동 특성

조사대상자들의 호텔이용 행동 특성을 조사한 결과는 〈표 2〉와 같다.

호텔뷔페에 대한 정보의 원천은 TV·라디오가 13명(5.1%), 신문·잡지가 14명(5.5%), 선전·광고물이 71명(28.1%), 주위사람을 통해서가 116명(45.8%), 여행사를 통해서가 4명(1.6%), 인터넷이 26명(10.3%), 기타가 9명(3.6%)으로 나타났다. 주목할 만한 것은 호텔뷔페의 정보의 원천은 언론매체보다는 주위사람이나 선전·광고물 그리고 인터넷을 통한 홍보 효과가 크다는 것이다.

호텔뷔페의 선택기준으로는 위치가 15명(5.9%), 명성이 57명(22.5%), 위생상태가 42명(16.6%), 가격이 52명(20.6%), 서비스가 75명(29.6%), 기타가 12명(4.7%)으로 나타나 서비스와 가격 그리고 위생상태가 중요 선택 속성인 것을 알 수 있다.

호텔 방문시 이용시설은 객실이 31명(12.3%), 식당이 157명(62.1%), 휘트니스 클럽이 32명(12.6%), 연회장이 22명(8.7%), 기타가 11(4.3%)명으로 주로 식당을 이용하기 위하여 호텔을 방문하는 것으로 나타났다.

호텔에서 주로 이용하는 레스토랑은 양식당이 49명(19.4%), 한식당이 42명(16.6%), 중식당이 27명(10.7%), 일식당이 23명(9.1%), 뷔페가 107명(42.3%), 기타가 5명(2.0%)으로 나타나 뷔페의 이용이 가장 많은 것으로 나타났다.

호텔뷔페의 이용빈도는 주 1-2회가 11명(4.3%), 월 1-2회가 90명(35.6%), 년 5-8회가 68명(26.9%), 년 1-4회가 84명(33.2%)으로 월 1-2회가 가장 많은 것으로 나타났다.

뷔페 이용시 동반자로는 사업파트너가 13명(5.1%), 친구·동료가 87명(34.4%), 연인이 44명(17.4%), 가족·친지가 88명(34.8%), 계모임이 21명(8.3%)으로 나타났다.

뷔페이용목적은 사업목적이 15명(5.9%), 친목도모가 71명(28.1%), 가족·친지모임이 61명(24.1%), 행사(생일·기념일)가 58명(22.9%), 식사목적이 48명(19.0%)인 것으로 나타났다.

3. 호텔뷔페 메뉴에 대한 중요도(인지)와 만족도(실제) 순위

호텔뷔페에서 가장 중요하다고 생각하는 메뉴와 실제 이용후의 만족도를 5점 Likert를 사용하여 조사한 결과는 〈표 3〉과 같다. 호텔뷔페에서 가장 중

〈표 2〉 조사대상자들의 호텔이용 행동 특성

구분		빈도(명)	구성비율(%)	구분		빈도(명)	구성비율(%)	
정보 원천	TV·라디오	13	5.1	주이용 시설	객실	31	12.3	
	신문·잡지	14	5.5		식당	157	62.1	
	선전·광고물	71	28.1		휘트니스클럽	32	12.6	
	주위사람	116	45.8		연회장	22	8.7	
	여행사	4	1.6		기타	11	4.3	
	인터넷	26	10.3	계	253	100.0		
	기타	9	3.6	이용 빈도	주 1~2회	11	4.3	
	계	253	100.0		월 1~2회	90	35.6	
선택 기준	위치	15	5.9		년 5~8회	68	26.9	
	명성	57	22.5		년 1~4회	84	33.2	
	위생상태	42	16.6	계	253	100.0		
	가격	52	20.6	동반자	사업파트너	13	5.1	
	서비스	75	29.6		친구·동료	87	34.4	
	기타	12	4.7		연인	44	17.4	
	계	253	100.0		가족·친지	88	34.8	
	주이용 식당	양식당	49		19.4	계모임	21	8.3
한식당		42	16.6		계	253	100.0	
중식당		27	10.7		이용 목적	사업목적	15	5.9
일식당		23	9.1			친목도모	71	28.1
뷔페식당		107	42.3	가족·친지모임		61	24.1	
기타		5	2.0	행사		58	22.9	
계		253	100.0	식사목적		48	19.0	
계		253	100.0	계		253	100.0	

〈표 3〉 호텔뷔페 메뉴에 대한 중요도 인지와 실제 만족도의 차이

항 목	평 균		t값
	중요도	실행도	
1 동양식 찬요리	3.75	3.31	8.058**
2 서양식 찬요리	3.86	3.34	9.286**
3 동양식 죽·스프	3.84	3.42	7.378**
4 서양식 죽·스프	3.95	3.44	8.628**
5 동양식 샐러드	3.78	3.47	4.659*
6 서양식 샐러드	4.02	3.58	6.947**
7 동양식 더운요리	4.21	3.53	11.895**
8 서양식 더운요리	4.21	3.58	10.015**
9 동양식 즉석요리	4.12	3.40	11.270**
10 서양식 즉석요리	4.24	3.50	11.355**
11 동양식 디저트	3.87	3.41	6.823*
12 서양식 디저트	4.06	3.57	7.935**
13 동양식 음료	3.75	3.27	8.004**
14 서양식 음료	3.74	3.29	7.839**

\* p < .05 \*\* p < .01

요하다고 생각하는 메뉴는 서양식 즉석요리가 5점 만점에 4.24로 가장 높았고, 그 다음은 동양식 더운 요리, (4.21), 서양식 더운 요리(4.21), 동양식 즉석요리(4.12), 서양식 디저트(4.06), 서양식 샐러드(4.02), 서양식 죽·스프(3.95), 동양식 디저트(3.87), 서양식 찬요리(3.86), 동양식 죽·스프(3.84), 동양식 샐러드(3.78), 동양식 찬요리(3.75), 동양식 음료(3.75)와 서양식 음료(3.74)의 순으로 나타났다. 따라서 고객들은 주로 즉석 요리와 더운 요리를 중요하다고 생각하며, 찬요리와 음료는 중요도가 낮다고 생각하는 것을 알 수 있었다.

호텔뷔페 메뉴에 대한 만족도 순위는 서양식 샐러드와 서양식 더운 요리가 5점 만점에 3.58로 가장 만족도가 높았고, 그 다음은 서양식 디저트(3.57), 동양식 더운 요리(3.53), 서양식 즉석요리(3.50), 동양식 샐러드(3.47), 서양식 죽·스프(3.44), 동양식 죽·스프(3.42), 동양식 디저트(3.41), 동양식 즉석요리(3.40), 서양식 찬요리(3.34), 동양식 찬요리(3.31), 서양식 음료(3.29)와 동양식 음료(3.27)의 순으로 평

가하였다.

호텔뷔페 메뉴에 대한 중요성의 인지와 실제 만족도의 차이를 t-test를 이용하여 분석한 결과, 음식의 청결성, 음식의 모양, 음식의 신선도, 건강식 요리, 음식의 맛, 재료나 조리법, 메뉴의 계절성, 요리의 질감, 메뉴의 다양성, 요리의 향기, 메뉴의 온도, 요리에 대한 설명, 메뉴의 교체시기, 요리의 색상, 음식의 영양, 음식의 양, 메뉴의 독창성, 음식의 크기 등 18개의 모든 항목에서 중요성의 인지가 실제 만족도보다 높은 것으로 나타났다.

이러한 결과는 아직까지 고객들의 호텔뷔페에 대한 기대가 높다는 것을 의미하는 것이며, 다른 한편으로는 호텔뷔페의 메뉴품질이 고객의 기대를 충족시키지 못한다는 것을 의미하는 것이다. 따라서 전반적으로 뷔페메뉴의 품질을 향상시켜야 할 것이다.

#### 4. 호텔뷔페 메뉴품질속성에 대한 중요도(인지)와 만족도(실제) 순위

호텔뷔페 이용객들이 지각하는 메뉴품질의 속성에 대한 중요성의 인지와 실제 만족도를 5점 Likert를 사용하여 조사한 결과는 <표 4>와 같으며, 메뉴품질의 속성에 대한 중요성의 인지는 음식의 청결성, 음식의 신선도와 음식의 맛 등이 5점 만점에 4.45로 가장 높았으며, 그 다음은 메뉴의 계절성(4.19), 메뉴의 다양성(4.19), 메뉴의 온도(4.11), 메뉴의 교체시기(4.09), 메뉴의 영양(4.08)과 메뉴의 독창성(4.03), 음식의 모양(3.97), 건강식 요리(3.93), 재료나 조리법(3.91), 요리의 질감(3.87), 요리의 향기(3.85), 요리에 대한 설명(3.85), 요리의 색상(3.79), 음식의 양(3.68)과 음식의 크기(3.53) 등의 순으로 중요한 것으로 나타났다.

본 연구 결과, 뷔페이용객들이 중요하게 생각하는 메뉴품질 속성요인은 음식의 청결성과 신선 등 위생적인 측면이 높고 상대적으로 음식의 양과 음식의 크기는 그다지 중요하지 않게 여기는 것을 알 수 있었다.

따라서 메뉴에 있어서는 더운 요리와 즉석요리에 중점을 두고 음식의 청결하고 신선하게 보이도록 해야 할 것이다. 특히 뷔페를 자주 이용하는 고객들은 매일 같은 메뉴에 쉽게 식상하게 되므로 메뉴를 계절에 따라 변화시키고 메뉴의 종류를 늘려 다양

<표 4> 호텔뷔페 메뉴품질속성에 대한 중요도 인지와 실제 만족도의 차이

	항 목	평 균		t값
		중요도	실행도	
1	메뉴의 계절성	4.19	3.43	13.677**
2	메뉴의 다양성	4.19	3.36	12.686**
3	메뉴의 온도	4.11	3.31	12.007**
4	메뉴의 교체시기	4.09	3.16	13.866**
5	메뉴의 독창성	4.03	3.16	11.998**
6	음식의 맛	4.45	3.60	13.758**
7	음식의 양	3.68	3.40	4.948*
8	음식의 영양	4.08	3.40	11.342**
9	음식의 모양	3.97	3.44	8.309**
10	음식의 청결성	4.45	3.59	14.218**
11	음식의 신선도	4.45	3.51	14.011**
12	음식의 크기	3.53	3.30	3.869*
13	요리의 색상	3.79	3.29	8.264**
14	요리의 향기	3.85	3.26	9.614**
15	요리의 질감	3.87	3.31	8.434**
16	요리에 대한 설명	3.85	3.30	10.871**
17	건강식 요리	3.93	3.15	10.992**
18	재료나 조리법	3.91	3.19	11.847**

\* p < .05 \*\* p < .01

성을 제공해야 할 것이다.

호텔뷔페 메뉴품질속성에 대한 고객들의 만족도 순위는, 음식의 맛과 음식의 청결성이 5점 만점에 각각 3.60, 3.59로 가장 높았으며, 그 다음은 음식의 신선도(3.51), 음식의 모양(3.44), 메뉴의 계절성(3.43), 음식의 양(3.40), 음식의 영양(3.40), 메뉴의 다양성(3.36), 메뉴의 온도(3.31), 요리의 질감(3.31), 요리에 대한 설명(3.30), 음식의 크기(3.30), 요리의 색상(3.29), 요리의 향기(3.26), 재료나 조리법(3.19), 메뉴의 교체시기(3.16), 메뉴의 독창성(3.16)과 건강식 요리(3.15) 등의 순으로 나타났다.

본 연구 결과, 음식의 맛이나 음식의 청결성 등은 다른 속성에 비해 높게 지각하는데 반해, 메뉴의 독창성과 건강식 요리에 대해서는 상대적으로 낮게 지각하는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 이용고객들이 뷔페메뉴는 다 비슷하다는 인식을 가지고 있으며, 건강식에 대한 실망도 크다는 것을 보여주는 것이다.

호텔뷔페 메뉴품질속성별 중요도 인지와 실제 만족도의 차이를 분석한 결과, 호텔뷔페 메뉴에 대한 중요성의 인지와 실제 만족도의 차이와 마찬가지로

음식의 청결성, 음식의 모양, 음식의 신선도, 건강식 요리, 음식의 맛, 재료나 조리법, 메뉴의 계절성, 요리의 질감, 메뉴의 다양성, 요리의 향기, 메뉴의 온도, 요리에 대한 설명, 메뉴의 교체시기, 요리의 색상, 음식의 영양, 음식의 양, 메뉴의 독창성, 음식의 크기 등 18개의 모든 항목에서 메뉴품질속성에 대한 중요성의 인지가 실제 만족도보다 높은 것으로 나타났다.

5. 호텔에 따른 뷔페 메뉴의 만족도 차이

호텔에 따라 고객이 지각하는 뷔페메뉴의 만족도의 차이를 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하여 분석한 결과는 <표 5>와 같다.

호텔에 따라 고객이 지각하는 뷔페메뉴의 만족도는 14개의 문항 모두에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 동양식 찬요리는 E호텔, 서양식 찬요리는 C호텔, 동양식 죽·스프는 B호텔, 서양식 죽·스프는 C호텔, 동양식 샐러드는 C호텔, 서양식 샐러드는 A호텔, 동양식 더운 요리는 B호텔, 서양식 더운 요리는 B호텔, 동양식 즉석요리는 B호텔, 서양식 즉석 요리는 B호텔, 동양식 디저트는 A호텔, 서양식 디저트는 A호텔, 동양식 음료는 A호텔, 서양식 음료는 B호텔이 가장 높은 점수를 얻은 것으로 나타났다.

6. 호텔에 따른 뷔페 메뉴품질속성에 대한 만족도 차이

호텔에 따라 고객이 지각하는 뷔페 메뉴품질속성에 대한 만족도의 차이를 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하여 분석한 결과는 <표 6>과 같다. 호텔에 따라 고객이 지각하는 뷔페 메뉴품질속성에 대한 만족도는 14개의 문항 모두에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

메뉴의 온도는 A호텔, 메뉴의 교체시기는 A호텔, 메뉴의 독창성은 C호텔, 음식의 맛은 B호텔, 음식의 양은 A호텔, 음식의 영양은 A호텔, 음식의 모양은 A호텔, 음식의 청결성은 A호텔, 음식의 신선도는 A호텔, 음식의 크기는 A호텔, 요리의 색상은 A호텔, 요리의 향기는 A호텔, 요리의 질감은 A호텔, 요리에 대한 설명은 C호텔, 건강식 요리는 A호텔, 제

<표 5> 호텔에 따른 뷔페 메뉴의 만족도 차이

항 목	호텔	평균	표준편차	F값
FP1 동양식 찬요리	A	3.77	.765	4.633*
	B	3.35	.820	
	C	3.56	.586	
	D	3.33	.777	
	E	3.96	.613	
FP2 서양식 찬요리	A	3.47	.675	8.735**
	B	3.51	.758	
	C	3.60	.539	
	D	2.97	.810	
	E	3.04	.513	
FP3 동양식 죽·스프	A	3.57	.772	5.317*
	B	3.69	.787	
	C	3.44	.693	
	D	3.21	.857	
	E	3.09	.734	
FP4 서양식 죽·스프	A	3.54	.896	9.008**
	B	3.71	.701	
	C	3.76	.712	
	D	3.12	.992	
	E	3.00	.644	
FP5 동양식 샐러드	A	3.63	.802	3.889*
	B	3.49	.784	
	C	3.69	.701	
	D	3.36	.994	
	E	3.13	.870	
FP6 서양식 샐러드	A	3.79	.815	5.090*
	B	3.71	.782	
	C	3.67	.739	
	D	3.52	1.004	
	E	3.17	.771	
FP7 동양식 더운 요리	A	3.69	.790	5.552*
	B	3.73	.802	
	C	3.67	.853	
	D	3.36	.822	
	E	3.13	.728	
FP8 서양식 더운 요리	A	3.74	.846	7.166**
	B	3.84	.731	
	C	3.71	.727	
	D	3.36	.859	
	E	3.15	.763	
FP9 동양식 즉석 요리	A	3.50	.959	4.116*
	B	3.65	.770	
	C	3.42	.866	
	D	3.42	.867	
	E	3.00	.847	
FP10 서양식 즉석 요리	A	3.74	.879	6.515**
	B	3.75	.744	
	C	3.51	.869	
	D	3.39	1.144	
	E	3.02	.812	

〈표 5〉 계속

항목	호텔	평균	표준편차	F값
FP11 동양식 디저트	A	3.73	.900	3.431*
	B	3.29	.923	
	C	3.44	.841	
	D	3.24	.902	
	E	3.19	.992	
FP12 서양식 디저트	A	3.84	.879	2.983*
	B	3.49	.784	
	C	3.53	.661	
	D	3.52	1.064	
	E	3.35	.781	
FP13 동양식 음료	A	3.47	.880	4.079*
	B	3.37	.799	
	C	3.38	.806	
	D	2.85	.972	
	E	3.07	.821	
FP4 서양식 음료	A	3.49	.913	6.628**
	B	3.51	.908	
	C	3.47	.894	
	D	2.88	.960	
	E	2.94	.596	

\* p < .05 \*\* p < .01

료나 조리법은 C호텔이 가장 높은 점수를 받았다. 대체적으로 경주지역 특급호텔의 뷔페 중에서 A호텔의 메뉴품질이 뛰어난 것으로 나타났다.

7. 호텔뷔페 메뉴에 대한 중요도-실행도 분석(IPA)

실증조사를 통해 얻은 자료를 토대로 호텔뷔페 메뉴에 대한 중요도-실행도에 대한 IPA 그래프를 작성하였다. X축에는 메뉴별 품질의 실행도를 Y축에는 메뉴별 품질의 중요도를 배치하였다. 각 축의 중심선은 평균값으로 설정하였다. 〈그림 2〉에서 나타난 것처럼 메뉴별 품질에 있어서 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 좋은 1사분면에는 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 서양식 즉석요리와 서양식 디저트가 포함되었다. 집중관리를 해야 할 2사분면에는 동양식 즉석요리만이 포함되었다. 낮은 중요도를 나타내는 3사분면에는 동양식 찬요리, 서양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 동양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료가 포함되었다. 기업들은 높은 중요도를 두지만 고객들이 중요하게 여기지 않는 4사분면에는 서양식 죽·스프와 동양식 샐러드가 포함되었다.

〈표 6〉 호텔에 따른 뷔페 메뉴품질속성에 대한 만족도 차이

항목	호텔	평균	표준편차	F값
MP1 메뉴의 계절성	A	3.53	.737	2.143
	B	3.55	.702	
	C	3.40	.580	
	D	3.42	.867	
	E	3.20	.626	
MP2 메뉴의 다양성	A	3.49	.794	2.258
	B	3.43	.781	
	C	3.49	.787	
	D	3.12	.857	
	E	3.19	.754	
MP3 메뉴의 온도	A	3.50	.897	5.107**
	B	3.49	.758	
	C	3.38	.684	
	D	3.12	.927	
	E	2.94	.656	
MP4 메뉴의 교체시기	A	3.36	.835	4.438**
	B	3.25	.659	
	C	3.29	.695	
	D	2.88	1.023	
	E	2.87	.754	
MP5 메뉴의 독창성	A	3.27	.867	5.472**
	B	3.14	.722	
	C	3.53	.661	
	D	3.06	1.059	
	E	2.78	.883	
MP6 음식의 맛	A	3.80	.694	7.863**
	B	3.90	.700	
	C	3.58	.690	
	D	3.45	.905	
	E	3.17	.863	
MP7 음식의 양	A	3.59	.771	3.071*1
	B	3.49	.644	
	C	3.36	.609	
	D	3.21	.740	
	E	3.20	.737	
MP8 음식의 영양	A	3.67	.737	9.110**
	B	3.49	.543	
	C	3.53	.786	
	D	3.30	.883	
	E	2.93	.669	
MP9 음식의 모양	A	3.73	.815	6.519**
	B	3.35	.627	
	C	3.51	.626	
	D	3.48	.906	
	E	3.06	.738	
MP10 음식의 청결성	A	3.90	.725	7.822**
	B	3.69	.787	
	C	3.64	.679	
	D	3.48	.972	
	E	3.11	.883	



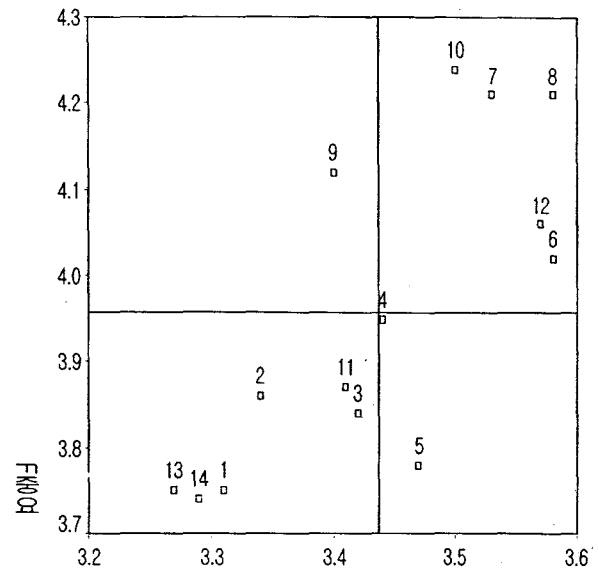
〈표 6〉 계속

항 목	호텔	평균	표준편차	F값
MP11 음식의 신선도	A	3.77	.887	4.035**
	B	3.57	.755	
	C	3.51	.727	
	D	3.33	.777	
	E	3.22	.816	
MP12 음식의 크기	A	3.60	.769	7.434**
	B	3.33	.653	
	C	3.36	.645	
	D	2.97	.467	
	E	3.04	.726	
MP13 요리의 색상	A	3.60	.788	8.547**
	B	3.12	.621	
	C	3.51	.695	
	D	3.12	.696	
	E	2.98	.629	
MP14 요리의 향기	A	3.43	.714	4.313**
	B	3.33	.653	
	C	3.33	.798	
	D	3.24	.614	
	E	2.94	.564	
MP15 요리의 질감	A	3.53	.737	6.976**
	B	3.39	.532	
	C	3.47	.694	
	D	3.15	.755	
	E	2.93	.749	
MP16 요리에 대한 설명	A	3.01	.909	5.122**
	B	3.12	.816	
	C	3.36	.802	
	D	2.94	1.059	
	E	2.59	.790	
MP17 건강식 요리	A	3.37	.802	5.673**
	B	3.27	.603	
	C	3.27	.889	
	D	3.03	1.104	
	E	2.70	.861	
MP18 재료나 조리법	A	3.27	.760	5.551**
	B	3.27	.568	
	C	3.47	.757	
	D	3.06	.899	
	E	2.83	.666	

\* p < .05 \*\* p < .01

8. 호텔뷔페 메뉴품질 속성별 중요도-실행도 분석 (IPA)

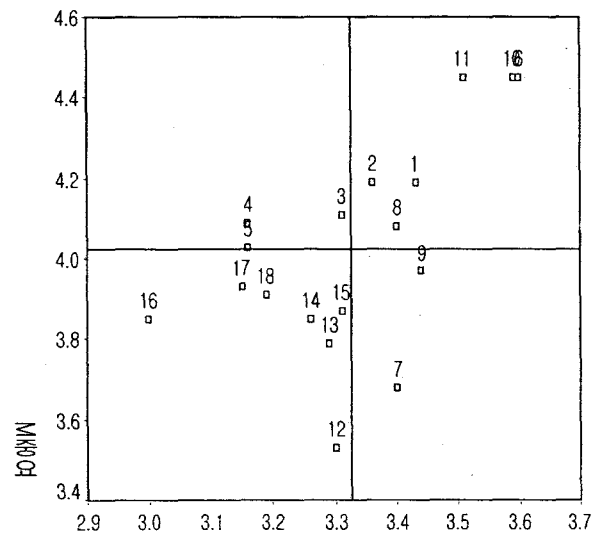
〈그림 3〉은 호텔뷔페 메뉴품질 속성별 IPA 그래프이다. 메뉴품질에 있어서 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 높은 1사분면에



F실행

〈그림 2〉 뷔페메뉴에 대한 중요도-실행도 분석

주 : 1. 동양식 찬요리, 2. 서양식 찬요리, 3. 동양식 죽·스프, 4. 서양식 죽·스프, 5. 동양식 샐러드, 6. 서양식 샐러드, 7. 동양식 더운요리, 8. 서양식 더운요리, 9. 동양식 즉석요리, 10. 서양식 즉석요리, 11. 동양식 디저트, 12. 서양식 디저트, 13. 동양식 음료, 14. 서양식 음료.



M실행

〈그림 3〉 메뉴품질속성에 대한 중요도-실행도 분석

주 : 1. 메뉴의 계절성, 2. 메뉴의 다양성, 3. 메뉴의 온도, 4. 메뉴의 교체시기, 5. 메뉴의 독창성, 6. 음식의 맛, 7. 음식의 양, 8. 음식의 영양, 9. 음식의 모양, 10. 음식의 청결성, 11. 음식의 신선도, 12. 음식의 크기, 13. 요리의 색상, 14. 요리의 향기, 15. 요리의 질감, 16. 요리에 대한 설명, 17. 건강식 요리, 18. 재료나 조리법.

는 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 음식의 맛, 음식의 영양, 청결성과 신선도 등 6개의 속성이 포함되었다. 집중관리를 해야할 2사분면에는 음식의 온도, 음식의 교체시기, 메뉴의 독창성 등 3개의 속성이 포함되었다. 기업도 고객도 중요하게 생각하지 않는 3사분면에는 음식의 크기, 음식의 색상, 음식의 향기, 음식의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식 요리와 재료나 조리법 등 7개의 속성이 포함되었다. 기업들은 높은 중요도를 두지만 고객들이 중요하게 여기지 않는 4사분면에는 음식의 양과 모양 등 2개의 속성이 포함되었다.

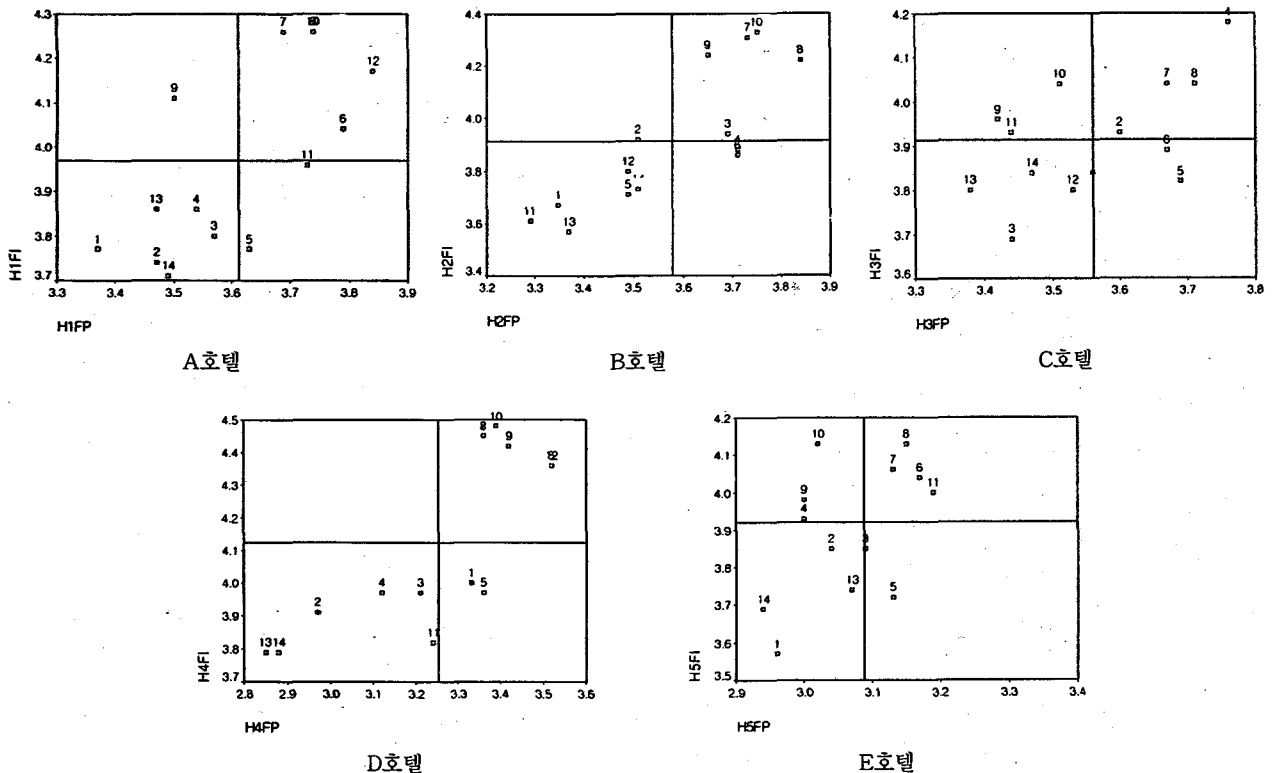
9. 호텔별 뷔페메뉴에 대한 중요도-실행도 분석 (IPA)

조사대상 호텔별로 뷔페메뉴에 대한 중요도-실행도를 IPA 그래프를 작성하여 비교·분석한 결과는 <그림 4>에서 보는 바와 같이 기존의 좋은 성과를 계속 유지하는 1사분면에는 A호텔은 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 서양식 즉석요리, 서양식 디저트 등 6개 메뉴, B호텔은 동양

식 죽·스프, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리 등 5개 메뉴, C호텔은 서양식 찬요리, 서양식 죽·스프, 동양식 더운 요리와 서양식 더운 요리 등 4개 메뉴, D호텔은 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리, 서양식 디저트 등 6개 메뉴, E호텔은 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 동양식 디저트, 서양식 디저트 등 5개 메뉴가 포함된 것으로 나타났다.

고객들에게는 아주 중요한 속성이지만 기업의 성과가 낮아 집중관리가 필요한 2사분면에는 A호텔은 동양식 즉석요리 1개 메뉴, B호텔은 서양식 찬요리 1개 메뉴, C호텔은 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리, 동양식 디저트 등 3개 메뉴, D호텔은 하나도 없었으며, E호텔은 서양식 죽·스프, 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리 등 3개의 메뉴가 포함되는 것으로 나타났다.

낮은 중요도와 실행도를 나타내는 3사분면에는 A호텔은 동양식 찬요리, 서양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 서양식 죽·스프, 동양식 음료와 서양식 음료 등 6개 메뉴, B호텔은 동양식 찬요리, 동양식



<그림 4> 조사대상 호텔별 뷔페 메뉴에 관한 중요도-실행도 분석

디저트, 서양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료 등 6개 메뉴, C호텔은 동양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 서양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료 등 5개 메뉴, D호텔은 서양식 찬요리, 동양식 죽, 스프, 서양식 죽, 스프, 동양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료 등 6개 메뉴, E호텔은 동양식 찬요리, 서양식 찬요리, 동양식 음료와 서양식 음료 등 4개 메뉴가 포함되는 것으로 나타났다.

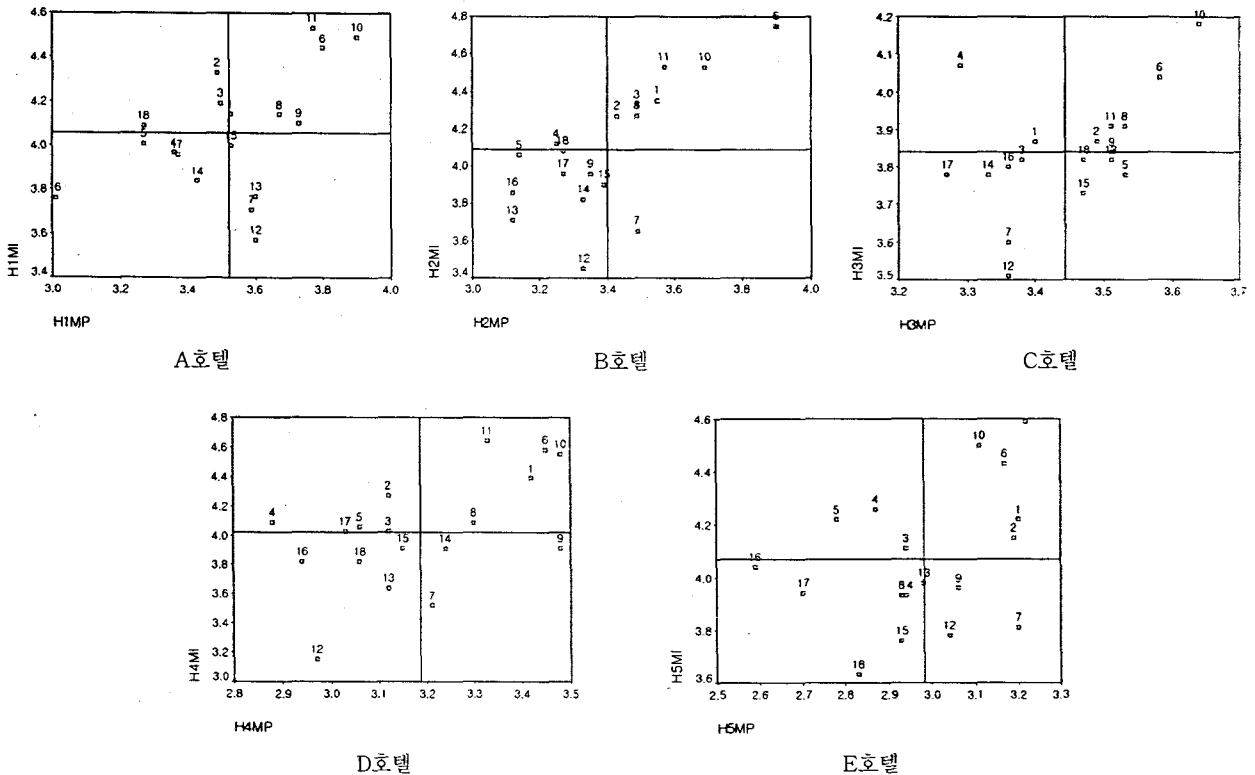
고객이 중요하게 여기지 않으나 기업이 높은 중요도를 두어 과도함을 의미하는 4사분면에 A호텔은 동양식 샐러드, 동양식 디저트 등 2개 메뉴, B호텔은 서양식 죽·스프와 서양식 샐러드 등 2개 메뉴, C호텔은 동양식 샐러드와 서양식 샐러드 등 2개 메뉴, D호텔은 동양식 찬요리와 동양식 샐러드 등 2개 메뉴, E호텔은 동양식 죽·스프와 동양식 샐러드 등 2개 메뉴가 포함되는 것으로 나타났다.

10. 호텔별 뷔페 메뉴품질 속성에 대한 중요도-실행도 분석(IPA)

호텔별로 뷔페 메뉴품질 속성에 대한 중요도-실행도

행도 분석(IPA)한 결과는 <그림 5>와 같이 기존의 좋은 성과를 계속 유지하는 1사분면에는 A호텔은 메뉴의 계절성, 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등 6개 속성, B호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 메뉴의 온도, 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등 7개 속성, C호텔은 메뉴의 다양성, 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등 6개 속성, D호텔은 메뉴의 계절성, 음식의 맛, 음식의 영양, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등 5개 속성, E호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등 4개 속성이 포함되는 것으로 나타났다.

고객들에게는 아주 중요한 속성이지만 기업의 성과가 낮아 집중관리가 필요한 2사분면에는 A호텔은 메뉴의 다양성, 메뉴의 온도, 재료나 조리법 등 3개 속성, B호텔은 메뉴의 교체시기 1개 속성, C호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 교체시기 등 2개 속성, D호텔은 메뉴의 다양성, 메뉴의 온도, 메뉴의 교체시기, 메뉴의 독창성, 건강식 요리 등 5개 속성, E호텔은 메뉴의 온도, 메뉴의 교체시기, 메뉴의 독창성



<그림 5> 메뉴품질 속성별 중요도-실행도 분석 결과

등 3개 속성이 포함되는 것으로 나타났다.

낮은 중요도와 실행도를 나타내는 3사분면에는 A호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 메뉴의 온도, 메뉴의 교체시기, 요리의 색상과 요리의 향기 등 6개 속성, B호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 독창성, 음식의 신선도, 음식의 크기, 요리의 색상, 요리의 향기 등 6개 속성, C호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 온도, 음식의 크기, 요리의 색상, 요리의 향기 등 5개 속성, D호텔은 메뉴의 다양성, 메뉴의 온도, 메뉴의 교체시기, 음식의 신선도, 요리의 색상, 요리의 향기 등 6개 속성, E호텔은 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 요리의 색상과 요리의 향기 등 4개 속성이 포함되는 것으로 나타났다.

고객이 중요하게 여기지 않으나 기업이 높은 중요도를 두어 과도함을 의미하는 4사분면에 A호텔은 메뉴의 독창성과 음식의 신선도 등 2개 속성, B호텔은 메뉴의 교체시기와 음식의 맛 등 2개 속성, C호텔은 메뉴의 독창성과 음식의 맛 등 2개 속성, D호텔은 메뉴의 계절성과 메뉴의 독창성 등 2개 속성, E호텔은 메뉴의 온도와 메뉴의 독창성 2개 속성이 포함되는 것으로 나타났다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 경주지역 특급호텔을 중심으로 뷔페 이용객의 메뉴품질에 대한 중요도와 실행도 요인을 도출하여 세분화된 마케팅 방향을 설정하는데 유용한 정보를 제공하며, 향후 호텔 뷔페의 매출증대와 효율적인 경영성과를 위한 시사점을 제시하고자 하였다.

1. 호텔이용객들은 호텔뷔페 메뉴에 대해 전반적으로 중요도를 실제 만족도보다 높게 평가하였고, 중요도를 가장 높게 평가한 메뉴는 서양식 즉석요리였으며, 그 다음은 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리의 순서로 평가하였으며, 동양식 음료와 서양식 음료는 메뉴 중요도가 가장 낮은 것으로 평가하였다.

2. 호텔뷔페 메뉴품질 속성의 중요도 평가에 있어서, 이용객들은 음식의 청결성, 음식의 신선도, 음식의 맛 등의 메뉴품질 속성을 가장 높게 평가하였고 그 다음으로 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 메뉴의

온도 등의 순으로 나타났으며, 음식의 양과 음식의 크기는 낮은 중요도를 가진 것으로 나타났다. 한편 호텔뷔페 품질속성별 만족도 평가에 있어서 이용객들은 음식의 맛, 음식의 청결성, 음식의 신선도 등을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났고 그 다음으로는 음식의 모양, 메뉴의 계절성, 음식의 양 등의 순으로 평가하였으며, 메뉴의 독창성과 건강식 요리 등은 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

3. 호텔뷔페 메뉴품질 중에서 메뉴별 품질에 대한 IPA 그래프 분석 결과, 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 높은 1사분면에는 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 서양식 즉석요리와 서양식 디저트가 포함되었다. 집중관리를 해야 할 2사분면에는 동양식 즉석요리만이 포함되었다. 낮은 중요도를 나타내는 3사분면에는 동양식 찬요리, 서양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 동양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료가 포함되었다. 기업들은 높은 중요도를 두지만 고객들이 중요하게 여기지 않는 4사분면에는 서양식 죽·스프와 동양식 샐러드가 포함되었다.

4. 호텔뷔페 메뉴품질 속성별 IPA 그래프에서는 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 실행도도 높은 1사분면에는 메뉴의 계절성, 메뉴의 다양성, 음식의 맛, 음식의 영양, 청결성과 신선도 등 6개의 속성이 포함되었다. 집중관리를 해야 할 2사분면에는 음식의 온도, 음식의 교체시기, 메뉴의 독창성 등 3개의 속성이 포함되었다. 기업도 고객도 중요하게 생각하지 않는 3사분면에는 음식의 크기, 음식의 색상, 음식의 향기, 음식의 질감, 요리에 대한 설명, 건강식 요리와 재료나 조리법 등 7개의 속성이 포함되었다. 기업들은 높은 중요도를 두지만 고객들이 중요하게 여기지 않는 4사분면에는 음식의 양과 모양 등 2개의 속성이 포함되었다.

5. 호텔별 IPA 그래프에서는 기존의 좋은 성과를 계속 유지하는 1사분면에는 A호텔은 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 서양식 즉석요리, 서양식 디저트 등 6개 메뉴, B호텔은 동양식 죽·스프, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리 등 5개 메뉴, C호텔은 서양식 찬요리, 서양식 죽·스프, 동양식 더운 요리와 서양식 더운 요리 등 4개 메뉴, D호텔은 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요

리, 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리, 서양식 디저트 등 6개 메뉴, E호텔은 서양식 샐러드, 동양식 더운 요리, 서양식 더운 요리, 동양식 디저트, 서양식 디저트 등 5개 메뉴가 포함된 것으로 나타났다. 고객들에게는 아주 중요한 속성이지만 기업의 성과가 낮아 집중관리가 필요한 2사분면에는 A호텔은 동양식 즉석요리 1개 메뉴, B호텔은 서양식 찬 요리 1개 메뉴, C호텔은 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리, 동양식 디저트 등 3개 메뉴, D호텔은 하나도 없었으며, E호텔은 서양식 죽·스프, 동양식 즉석요리, 서양식 즉석요리 등 3개의 메뉴가 포함되는 것으로 나타났다. 낮은 중요도와 실행도를 나타내는 3사분면에는 A호텔은 동양식 찬요리, 서양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 서양식 죽·스프, 동양식 음료와 서양식 음료 등 6개 메뉴, B호텔은 동양식 찬 요리, 동양식 디저트, 서양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료 등 6개 메뉴, C호텔은 동양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 서양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료 등 5개 메뉴, D호텔은 서양식 찬요리, 동양식 죽·스프, 서양식 죽·스프, 동양식 디저트, 동양식 음료와 서양식 음료 등 6개 메뉴, E호텔은 동양식 찬요리, 서양식 찬요리, 동양식 음료와 서양식 음료 등 4개 메뉴가 포함되는 것으로 나타났다. 고객이 중요하게 여기지 않으나 기업이 높은 중요도를 두어 과도함을 의미하는 4사분면에 A호텔은 동양식 샐러드, 동양식 디저트 등 2개 메뉴, B호텔은 서양식 죽·스프와 서양식 샐러드 등 2개 메뉴, C호텔은 동양식 샐러드와 서양식 샐러드 등 2개 메뉴, D호텔은 동양식 찬요리와 동양식 샐러드 등 2개 메뉴, E호텔은 동양식 죽·스프와 동양식 샐러드 등 2개 메뉴가 포함되는 것으로 나타났다.

#### ■참고문헌

- 1) Woo MH. A Study on sales promotion of buffet restaurant. *Journal of Tourism and Leisure Research* 4, 1992.
- 2) Won WH, Ko JY. *The practice of new food & beverage*. Baeksan Publishing Company, 1998.
- 3) Kang YW. A verification study on menu satisfaction of hotel restaurant customers Kyung Hee University Graduate School. Master's degree Thesis, 1999.
- 4) Kang YW, Choi MW. A Study on menu satisfaction main causes of hotel restaurant customers - 5 focused on Buffet Restaurant -, *Journal of Research of Tourism Information* 6: 153-177, 2000.
- 5) Kim KR. A study of efficient menu management of S hotel. Sejong University Graduate School. Master's degree Thesis, 1992.
- 6) Kim SJ. A study on the customer's evaluation factors of the korea restaurant menus in hotels. Kyonggi University Graduate School Master's degree Thesis, 1999.
- 7) Yang KS. A study on the satisfaction of customers for hotel buffet restaurant in seoul. Kyonggi University Service business administration Graduate School. Master's degree Thesis, 2002.
- 8) Choi SB, Cho CB. A Study on the menu management system and the job efficiency. *Journal of Food service Management* 5(1): 177-197, 2002.
- 9) Lee AJ, Park DH, Park JW. Effect of the service quality of food service industry on customer satisfaction, revising intention and oral transmitting intention. *Korean J Hospitality Administration* 12(1): 191-213, 2003.
- 10) Yoo JN, Lee YJ, Lee YK, The impact of service orientation on employee satisfaction by hotel grade. *Journal of Tourism Sciences* 23(2): 138-155, 2000.
- 11) Lee HJ. A study on the menu-selection behavior in hotel italian restaurant. *Korean J Culinary Research* 9(3): 37-54, 2003
- 12) Min KH. A study on consumers' choice behavior of italian restaurant menu in hotels. *Journal of Food service Management* 4(1): 65-81, 2001.
- 13) Ryoo KM. A study on management efficiency for the Hotel & Restaurant banquet service. *Korean J Culinary Research* 6(2): 227-146, 2000.
- 14) Kim KY, Lee SH. A study on the menu composition factors for management activation of hotel & restaurant. *Journal of Food service Management* 3(1): 5-21, 2000.
- 15) Go GD, Na TG, Lee DG. A study on promotion menu of hotel restaurant and customers' choice

- attribute. *Korean J Culinary Research* 9(3): 55-72, 2003.
- 16) Cadott, E. R, and N. Turgeon "Key Factor in Satisfaction," *Cornell H.R.A Quarterly*, 28(4): 45-56, 1988.
- 17) Cronin J. J., & Taylor S. A., "Measuring service quality : A reexamination and extension". *Journal of Marketing* 56(July): 55-68, 1992.
- 18) David V. Pavesic, "Prime Numbers ; Finding Your Menu's strengths", *Cornell H.R.A. Quarterly*, Nov, 1985.
- 19) Kasavana Michael L., *Computer Systems for Foodservice Operations*, VNR, 1984.
- 20) Khan, Mahmood, *A Concepts of Food Service Operation and Management*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- 21) Miller Jack E. *Menu : Pricing and Strategy*. CBI Books. 1980.
- 22) Ninemeier. Jack D. *F&B Contrls*, 2nd, AH & MA. 1986.
- 23) Oliver, R. L., "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions". *Journal of Marketing Research*, 17(September), 46-49, 1980.
- 24) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., "A conceptual model of service quality and its implication for future research", *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50, 1985.
- 25) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., "SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality", *Journal of Retailing*, 64(Spring), 12-40, 1988.
- 26) Swinyard, William R. and Kenneth D. Struman, "Market segmentation Finding the Heart of Your Restaurant Market," *Cornell H.R.A Quarterly*, 27(1), 89-96, 1986.