

진주지역의 상권분석과 한식당 서비스 품질 요인분석에 관한 연구

A Study of Commercial Supremacy Analysis and Perceived
Service Quality of Korean Restaurants in Jinju

성 태 종*

【 목 차 】

I. 서 론	IV. 실증분석 및 결과해석
II. 이론적 배경	Abstract
III. 연구조사설계	참고문헌

I. 서 론

경제가 급성장하고 소득수준이 증대되면서 서비스산업의 중요성과 비중이 점점 증대되고 서비스 기업의 규모도 거대화되고 또한 심화되고 있는 실정이다. 특히 외식산업은 음식의 무국적화, 소비자의 외식형태의 다양화, 개성화 추세 등으로 인해 소비 형태가 지속적인 성장을 해 왔으나 고객만족 경영을 실현해 나갈 수 있는 제도적 장치와 경영철학 부재 등으로 고객의 품질 향상 측면에서 많은 문제점을 안고 있다.

지난 10여 년 동안 국내 외식시장은 연 평균 13%의 증가라는 황금기를 구가해왔다.) 이러한 시장환경은 외식시장에 대한 관심을 촉발시켰으며, 학계에서는 주로 서비스 마케팅분야를 중심으로 상당히 많은 연구들이 수행되어 왔다. 하지만 서비스 마케팅 분야의 많은 연구들은 호텔 레스토랑, 패밀리 및 패스트푸드 레스토랑에 집중되어 왔다.

오늘날 우리 사회는 경제 발전과 서구 문명의 유입으로 가치관의 변화, 교육수준의 향상, 가족 제도의 변화를 가져왔다. 또한 이러한 변화와 함께 여가의 증가와 이중소득자의

* 진주국제대학교 식품과학부 호텔조리학과 전임강사

증가 추세를 포함한 취업구조의 변화 등 생활의 향상 등으로 외식시장도 계속적으로 발전하는 추세에 있고 사회적인 현상의 하나로 일반 외식업계와 외국브랜드의 외식업체가 폭발적인 증가를 거듭하고 있다.

한식당은 우리의 음식문화를 대표한다. 비록 서구의 서비스와 음식문화가 상당부분 확산되고 있지만 고유의 음식문화를 대변할 수 없다. 따라서 외국계 레스토랑에 비해 표준화 된 운영시스템이 부실한 국내 한식당에 대한 서비스 품질개선은 필수적인 것이다. 더욱이 관광객의 입장에서 한식당이 새로운 관광 가치경험이 제공할 수 있는 단일상품으로 이해된다면 품질개선에 대한 노력이 필요하다.

또한 서부 경남의 대표적인 문화, 역사관광 도시라고 할 수 있는 진주지역의 관광객은 증가하였으나 전국 관광객에서 차지하는 비중은 매우 적은 것이 실정이다.

진주지역의 한식당들은 어떻게 평가받고 있는가? 한식당을 관광상품으로 이해한다면 어떠한 품질차원들이 이용객들의 만족과 재구매 의도 등에 영향을 주는가? 이 문제의 결과는 진주지역 한식당의 서비스 품질개선을 위한 방향을 제시할 뿐만 아니라, 궁극적으로 관광지인 진주의 관광상품 또는 이미지를 강화시키는 전략적 수단을 제공할 가능성이 있다.

따라서 본 연구에서는 진주지역 한식당의 상권 분석을 제시함으로써, 향후 한식당들의 품질개선 노력에서 전략적 접근방향을 제시해줄 것으로 기대된다. 나아가 본 연구는 추가적으로 진주지역 한식당 이용객들의 서비스 품질지각에 대한 요인을 살펴보고, 그 결과에 대한 시사점을 제시하고자 한다.

Ⅱ . 이론적 배경

1. 상권분석

외식상권의 조사 및 분석의 경우에는 통계자료를 이용하고 상권 규모를 파악하여 상권을 조사하는 방법이 있으며, 경쟁관계, 지역별 특성을 이용하여 상권을 조사 분석하는 방법이 있다. 통계자료로 상권을 분석하는 방법은 지역 상권내의 인구통계학적인 특성과 경제력을 파악하여 상권을 분석하는 것으로 이는 인구, 세대수, 가족구성원수, 주거 형태, 소득수준, 학력수준, 연령별 분포, 성별 분포 등을 파악하는 것이다.

상권 규모에 의한 상권분석 및 조사의 경우에는 상권을 고정상권과 유동상권으로 분류하여 고정상권의 경우 주거인구, 고정 출퇴근 자와 상주인구를 파악하여 상권을 분석하는 경우이며, 유동상권은 비거주자와 비상주 인구를 파악하여 분석하는 경우이다.

또한 지역별 상권 규모를 분석하기 위해서는 상권에 야간 상권과 주간 상권으로 구분하여 분석할 수 있으며, 대형접객시설 즉 고객을 흡인할 수 있는 시설물에 의한 고정상권과 유동상권으로 구분하여 상권을 조사 분석할 수 있다.

경쟁관계에 의한 상권 분석은 점포와 타 점포와의 경쟁요소가 될 수 있는 각 부문을 비교하여 분석하는 방법으로 이는 메뉴 측면과 손익측면, 주방측면, 영업 및 인원 측면으로 구분하여 파악할 수 있다. 경쟁사와의 평가요소별 상권 분석은 경영활동에 있어서 판촉전략 및 경쟁자와의 차별화 전략 등의 경영전략을 구사할 수 있는 이점이 있으며, 자사의 단점이나 강점을 파악하여 경영의 기회요인과 위협요인으로 나누어 경영활성화에 도움을 줄 수 있을 것이다.

지역 특성별 상권 분석의 경우에는 지역의 재개발 및 건물의 신축 등의 요소를 파악하고, 주변상권의 축소 및 확장 등의 예측을 통하여 상권의 질을 파악하는 것이다. 대형 접객 시설의 유입 등에 대해 분석하는 것으로 이는 상권의 미래를 전망 예측하는 것으로 볼 수 있다.

2. 서비스 품질지각

한식당에 대한 서비스 품질은 일반적인 서비스 기업의 품질지각을 측정하기 위해서 사용되어온 선행 모델들에 의해서 완전하게 측정되기는 어려워 보인다. Parasuraman, Zeitaml, and Berry에 의한 관점은 주로 서비스 인카운터의 특징을 묘사하는(i.g. 신뢰성, 반응성, 공감성, 설득성, 그리고 유형성)에 초점을 맞추고 있으며,²⁾ Gronroos(1982)는 기능적 품질과 기술적 품질이라는 2가지 서비스 품질차원을 정의하였지만 서비스 품질지각의 중요한 단서로서의 물리적 환경을 고려하지는 못했다.

한식당의 서비스 품질을 보다 효과적으로 평가하기 위해선 상호행위품질(interaction quality: Gronroos의 기능적 품질), 물리적 환경품질(physical environment quality), 그리고 결과품질(outcome quality: Gronroos의 기술적 품질)이 동시에 고려되어야 한다.³⁾

서비스는 본래 무형적이고 비분리적(inseparable)이기 때문에 서비스 전달과정에 있어서 인적 상호작용이 서비스 품질 지각에 결정적인 영향을 미치게 된다. 이러한 관점은 서비

스 품질이 결과 그 자체보다도 과정의 결과에 더 많이 의존한다는(Surprenant and Solomon 1987) 제안과 일치한다. 종업원의 태도, 행동, 품행, 그리고 전문성 등이 전달된 서비스 품질을 결정하며 고객 평가에 영향을 주게 된다는 점에서 이들은 상호행위품질에 대한 선행 변수로 간주할 수 있다.

서비스의 무형성과 서비스 제공 시 고객이 현장에 머문다는 사실은 서비스 환경이 서비스 품질지각에 결정적인 역할을 하게 된다(Bitner 1992). 예를 들어 음악, 향기, 색채, 조명, 경관 등의 주변 요소는 무형적인 서비스의 품질을 긍정적 또는 부정적으로 지각하게 하는 유형적 단서를 제공한다. 또한 레스토랑의 내부 인테리어나 외관, 간판 등은 고객에게 심미적인 단서를 제공할 수 있으며, 나아가 레스토랑 공간의 배치나 기능성은 고객들의 구매태도 및 행동에 직/간접적인 영향을 주게 된다.⁴⁾

한편 서비스 인카운터 시 기술적 품질(technical quality)도 고객의 서비스 품질 지각에 영향을 주게 된다. Gronroos는 기술적 품질을 “생산과정이 종료될 당시 고객에게 남겨진 것”이라고 정의하고 있으며, Rust and Oliver는 기술적 품질을 “서비스 상품”(service product)로 명명하여 서비스가 전달된 후 고객이 평가하는 구체적인 연관물이라고 제안했다. Brady와 Cronin은 이를 “결과품질”(outcome quality)로 명명하며, 구체적으로 서비스 시간, 유형성, 그리고 유인가(valence)라는 하위 요인들로 분류하고 있다.

3. 진주지역 상권의 구분

〈표 1〉 진주지역 상권의 대표적 음식점 특징

상권	호황업종
대안동상권	패스트 푸드 호프집 커피전문점 분식
상대동상권	한정식 곱창전골
신안동상권	중국음식 패스트푸드 퓨전레스토랑 회전전문점

대안동 상권의 대표적 업종은 100여개가 넘는 여성 의류점과 관공서 주변에서 많이 위치해 있던 음식업이 중심상권의 많은 수요예측과 젊은 사람들의 유입에 따라 이 지역이 패션가와 먹자골목을 번성하게 만들었다. 그러나 최근에는 이 지역에 E마트 진주지점이

들어서고 신안동과 같은 주변상권의 발달로 수요이동이 이루어지고 있는 실정이다.

상대동 상권은 법원과 검찰청 주변에 동부종합상가시장을 중심으로 다양한 형태의 업종들이 섞여서 형성되었다. 그러나 최근에 진주시 신청사가 이 곳으로 이전함에 따라 공무원들이 근무하는 시간을 중심으로 성인인구의 많은 유입이 기대되므로 앞으로 음식업이 많은 호황을 이룰 것으로 기대된다.

신안동 상권은 아파트의 밀집으로 조성된 상권으로 아직도 부족한 것이 많은 상권이다. 특히 이 지역은 음식업의 경우 성황을 이루고 있으며, 지속적인 인구의 유입이 이루어지는 곳으로 음식업의 경우에는 전문점이 호황을 이룰 것으로 기대된다.

그 외에 상권을 이용하는 중심층이 젊은 층으로 이동함에 따라 상권도 그에 따라 급속하게 변화하는 경향을 보이고 있다.

4. 진주지역 한식당의 특징과 문제점

진주지역 한식당은 칠보화반, 꽃 밥이라 칭송받아온 진주비빔밥, 진주비빔밥은 향토음식으로서의 명성과 역사적 의미, 그리고 시각적인 아름다움을 갖춘 음식이다. 진주비빔밥이 꽃밥 또는 칠보화반이라고 한 것은 동황색의 둥근 낫그릇과 흰빛의 밥선, 그리고 다섯 가지의 나물이 어우러져 일곱 가지 색상의 아름다운 꽃 모양을 하고 있기 때문이다. 이외에도 육회 비빔밥, 꽃비빔밥, 버섯비빔밥, 열무된장비빔밥, 생채비빔밥, 오행비빔밥, 산채비빔밥, 해초비빔밥, 해물비빔밥 등 다양한 메뉴가 있다.

진주의 헛제사 밥은 쌀이 귀했던 시절 유생들이 헛 제사를 지낸 뒤 제수음식을 먹은 데서 유래하였고, 선비들의 해학적 풍류가 만들어낸 전통의 미로 전해오고 있다. 낫그릇에 담아내는 깔끔한 제수음식이다.

진주장어구이는 비린내가 없는 것이 특징이고 담백하다 진주 교방 상차림은 교방문화가 발달한 진주전통 상차림의 하나 이다 오색찬란한 교방한정식은 그 상차림이 화려하여 옛 권세가 양반 대접을 받는 것 같다. 진주 전통한정식은 남해바다와 지리산을 끼고 있어서 식 재료가 다양한 것이 특징이다. 바다의 싱싱한 해산물과 청정한 토질에서 자란 각종 산채들이 있다.

이들 식당들은 관광객을 대상으로 영업을 하고 있다. 고객의 입장에서 진주지역 한식당의 문제점을 열거해보면 다음과 같다.

첫째, 진주지역 음식점은 대부분 소규모업체가 많다. 그리고 오래된 식당이 많은 관계로

재래식 주방, 재래식 화장실을 보수 않고 그대로 사용함으로 식당의 청결 상태가 타지방보다 뒤떨어져 있는 실정이다. 특히 한식당의 경우 식당 앞에 있는 고가구, 고미술 등의 무질서한 전시로 말미암아 고객이 깨끗함보다는 불결한 식당으로 인식하는 경우가 많다.

둘째, 식당에서 고객을 맞이하는 종업원의 불친절함 때문에 진주의 관광 이미지가 손상되고 있다. 이는 서비스 교육을 못 받아 체계적인 서비스를 할 수 없을 뿐 아니라 고객의 욕구에 부응하지 못하고 있다.

셋째, 진주에 있는 한식당은 향토 음식을 주로 판매하고 있다. 향토 음식은 진주 근교에서 생산되는 식재료를 이용하여 만들기 때문에 값이 싸야 하는데 관광객들은 가격에 대해 만족하지 못하는 것으로 나타났다. 진주에는 다양한 식당들이 있는데 가격대 별로 식당 소개가 되지 않아서 소비자들은 음식가격에 대해 불만족 한 것으로 나타나고 있다.

넷째, 진주는 고도 라고 알려져 있지만 진주를 대표하는 음식도 식당도 많지 않다. 관광객들은 대개 기대를 많이 하고 진주를 방문하지만 진주에는 전통음식을 재현하고자 하는 음식업체가 없을 뿐 아니라 이러한 전통음식을 체험할 수 있는 전통음식박물관이 없다.

다섯째, 한식당의 메뉴는 타 지방에서도 접할 수 있는 메뉴로 구성되어 있다. 메뉴 개발로 전문식당을 육성하려는 노력보다는 메뉴를 모방에만 머무르고 있는 실정이다. 예를 들어 한정식 메뉴의 경우 식당마다 독특한 차별 메뉴가 있어야 하는데 식당마다 비슷한 메뉴의 구성으로 경영에 어려움을 겪고 있다.

여섯째, 진주의 토속적인 맛과 관광객의 취향이 달라 관광객의 만족도가 떨어지고 있다. 경상도 음식은 맵고 짠 것이 특색이며 예부터 서원이 많고 제례를 중시하며 제사 음식이 발달해 왔기 때문에 외지에서 오는 관광객 모두의 입맛을 맞추는 것은 어렵지만 관광객을 위주로 하는 식당은 대중성 있는 메뉴로 현대인 입맛에 맞는 맛을 제공할 필요가 있다. 이 같은 문제점을 안고 있는 진주 지역 한식당은 내외적 환경을 분석하고 한식당 경쟁력 강화를 위하여 효율적인 마케팅 활동으로 성과를 증대하도록 하여야 한다.

Ⅲ. 연구조사설계

본 연구의 조사대상을 고객이 주로 이용하는 신안동 대안동 상대동 한식당으로 선정하였다. 그리고 진주에서 한정식 메뉴를 판매하는 한식당을 선정한 이유는 고객층이 다양하며 변수에 대한 객관적인 해석 및 판단이 가능하기 때문이다.

〈표 2〉 표본설계

연구대상 및 표본단위	진주지역 한식당을 이용하는 거주자와 관광객
조사범위	관광업소 및 모범업소 한식당 15개
조사기간	2004년 5월 1일~2004년 5월 30일 <1개월>

〈표 3〉 자료수집

총 배포된 표본수	회수된 설문지	유효표본
250부	235부	231부

〈표 4〉 설문지 구성

항 목	설 문 내 용	측정척도
외식 및 방문 행태	식당 이용목적, 이용결정, 거주도시, 진주 방문목적, 진주방문횟수	명목척도
한식당서비스 품질	친절성, 용모와 태도, 정확한 서비스 수행, 서비스 신속성, 서비스의 편안함과 신뢰성, 메뉴지식, 고객의 욕구를 파악하는 능력	등간척도
	화장실 청결성 및 이동 용이, 실내공간의 여유로움, 좌석배치의 여유로움, 안내서비스, 실내의 차별화, 시설물의 매력, 장식물의 색채, 배경음악, 식사공간의 청결성, 집기류의 청결성	
	메뉴제공시간의 적절성, 메뉴의 다양성, 음식의 맛과 질, 메뉴의 가격	
만족도	전체적인 품질, 기대/성과 비교, 전체적 만족, 재방문의사, 추천의도	등간척도
인구통계학적 특성	성별, 연령, 직업	명목척도

본 연구는 통계처리를 위하여 윈도우용 SPSS 11 통계프로그램을 이용하여 분석하였으며, 한식당 이용고객의 서비스품질평가에 대한 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 연구가설을 검증을 위한 구체적인 분석기법은 다음과 같다. 연구1은 인구통계학적 특성과 외식행태에 따라 한식당 고객의 서비스품질 평가는 유의한 차이가 있음을 규명하기 위해 T-test와 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 연구 2는 한식당 고객의 지각된 서비스품질은 전반적인 만족도에 유의한 영향을 미침을 규명하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

〈표 5〉 분석자료의 인구통계적 특성

변수명	항목	빈도(명)	구성비(%)	표본수
성별	남성	133	57.6	231
	여성	98	42.4	
연령	29세 이하	60	26.0	231
	30~39세 이하	88	38.1	
	40~49세 이하	52	22.5	
	50세 이상	31	13.4	
직업	전문직	46	19.9	231
	직장인	83	35.9	
	자영업	43	18.6	
	주부	36	15.6	
	기타	23	10.0	

IV. 실증분석 및 결과해석

1. 한식당 서비스품질에 관한 요인분석

구성타당성(construct validity)은 연구하고자 하는 추상적인 개념, 즉 구성개념을 측정도구가 실제로 적절하게 측정하였는지 여부를 검정하는 방법이다. 구성타당성은 집중타당성, 판별타당성, 이해타당성 등 3종류가 있으며 구성타당성을 통계적으로 검증하는 방법으로 다속성 측정방법과⁵⁾ 요인분석이 있다. 구성타당성을 평가하기 위해서 본 연구에서는 핵심 개념인 한식당 이용고객의 서비스품질 평가에 대한 요인분석(factor analysis)을 실시하였다.

일차적으로 서비스품질 평가 구성요소와 관련된 23개의 변수들을 가지고 지각된 서비스품질요인을 도출한 결과 4개의 변수가 공유치가 낮아 제거하였다. 변수명은 “접근시 안내가 잘 되어있음”, “배경음악이 매력적임”, “식사공간의 청결성”, “집기류의 청결성” 등이다.

4개 변수를 제거한 후 요인분석을 실시한 결과 고유치가 1이상인 요인이 4개가 도출되었다. 이때 KMO측도가 0.892이고, Bartlett의 구형성 검정치는 2656.748 또한 유의수준 .000

으로 최종적으로 4개의 요인을 채택하여 향후 연구를 진행하였다.

〈표 6〉 한식당 서비스품질에 관한 요인분석

설문문항(변수)	요 인(Factor)				공유치
	서비스성	상품성	디자인	화장실 및 분위기	
종사원의 친절성	.801				.678
종사원의 용모와 태도	.789				.700
종사원의 정확한 서비스 수행	.736				.645
고객의 요구에 대한 신속한 준비	.777				.666
서비스의 편안함과 신뢰성	.706				.670
종사원의 서비스 및 메뉴지식	.708				.672
고객의 욕구를 파악하는 능력	.757				.715
서비스의 신속성	.554				.578
메뉴 제공시간의 적절함		.580			.712
메뉴의 다양성 정도		.813			.743
음식의 맛과 질		.834			.780
메뉴의 가격		.673			.590
실내가 개성있고 독특함			.825		.817
전체적으로 시설물이 매력있음			.872		.872
실내 장식물의 색채가 매력적임			.831		.780
화장실로 이동이 용이				.742	.601
실내 공간이 여유로움				.680	.729
좌석/테이블 배치가 여유로움				.707	.655
화장실의 청결성				.756	.641
고유치(Eigen Value)	8.623	1.829	1.410	1.360	
전체변량(%)	45.387	9.627	7.422	7.158	
공통변량(%)	45.837	55.014	62.436	69.594	

KMO: .892, Bartlett 구형성검정치: 2656.748, 유의수준: .000

제1요인에는 “종사원의 친절성”, “종사원의 용모와 태도”, “종사원의 정확한 서비스 수행”, “고객의 요구에 대한 신속한 준비”, “서비스의 편안함과 신뢰성”, “종사원의 서비스 및 메뉴지식”, “고객의 욕구를 파악하는 능력”, “서비스의 신속성” 등의 8개의 변수가 포함되어 서비스성으로 명명하였다. 제2요인에는 “메뉴 제공시간의 적절함”, “메뉴의 다양성 정도”, “음식의 맛과 질”, “메뉴의 가격” 등 4개의 변수가 포함되어 “상품성”이라고 명명하였다.

제3요인에는 “실내가 개성있고 독특함”, “전체적으로 시설물이 매력있음”, “실내 장식물

의 색채가 매력적임” 등 3개의 변수가 포함되어 “디자인성”이라고 명명하였다.

제4요인은 “화장실로 이동이 용이”, “실내 공간이 여유로움”, “좌석/테이블 배치가 여유로움”, “화장실의 청결성” 등 4개의 변수가 포함되어 “화장실 및 분위기 요인”으로 명명하였다.

〈표 7〉 한식당 서비스품질에 대한 신뢰도 분석

요인명	변수명	크론바흐 알파
서비스성	종사원의 친절성	0.9163
	종사원의 용모와 태도	
	종사원의 정확한 서비스 수행	
	고객의 욕구에 대비한 신속한 준비	
	서비스의 편안함과 신뢰성	
	종사원의 서비스 및 메뉴지식	
	고객의 욕구를 파악하는 능력	
	서비스의 신속성	
상품성	메뉴 제공시기의 적절함	0.8494
	메뉴의 다양성 정도	
	음식의 맛과 질	
	메뉴의 가격	
디자인성	실내가 개성있고 독특함	0.9041
	전체적으로 시설물이 매력있음	
	실내 장식물의 색채가 매력적임	
화장실 및 분위기성	화장실로 이동 용이	0.8072
	실내 공간이 여유로움	
	좌석/테이블 배치가 여유로움	
	화장실의 청결성	

2. 독립 변수에 대한 요인별 서비스품질평가 차이 연구

성별에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증은 응답자의 인구통계학적 특성과 한식당 외식행태에 따라 한식당 고객의 서비스품질평가의 차이를 검증하는 것으로 T-test와 분산분석(ANOVA)를 실시하였다. 먼저 한식당 이용 고객의 성별에 따른 한식당 서비스품질평가에 관한 차이를 검증하기 위해 T-test 검증을 실시한 결과 모든 요인들이 차이를 보이지 않았다.

〈표 8〉 성별에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		t값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	성별	-.681	.497	기각
상품성		-.810	.419	기각
디자인성		.371	.711	기각
화장실/분위기성		-1.208	.228	기각

*p<0.05, N=231

한식당 이용 고객의 연령에 따른 한식당 서비스품질평가에 관한 차이를 검증하기 위해 일원분산분석을 실시한 결과 서비스속성과 화장실/분위기속성은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 상품속성과 디자인속성은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다

〈표 9〉 연령에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	연령	4.072	.008*	채택
상품성		1.816	.145	기각
디자인성		2.039	.109	기각
화장실/분위기성		3.006	.031*	채택

*p<0.05, N=231

한식당 고객의 직업에 따른 서비스품질 평가의 차이를 검증하기 위해 분산분석을 실시한 결과 모든 요인들이 유의한 차이를 보이지 않았다.

〈표 10〉 직업에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	직업	1.879	.115	기각
상품성		1.395	.237	기각
디자인성		1.236	.297	기각
화장실/분위기성		1.470	.212	기각

*p<0.05, N=231

한식당 고객들의 이용목적에 따른 한식당 서비스품질 평가의 차이를 보면 서비스속성과 화장실/분위기속성은 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 한식당 상품속성과 디자인속성은 유의한 차이를 보이지 않았다.

〈표 11〉 한식당 이용목적에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	한식당 이용목적	2.405	.038*	채택
상품성		1.247	.288	기각
디자인성		2.255	.050*	채택
화장실/분위기성		.748	.588	기각

p<0.05, N=231

한식당 고객들의 이용결정주체에 따른 한식당 서비스품질 평가의 차이를 보면 상품속성만이 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 한식당 디자인속성과 서비스속성 화장실/분위기속성은 유의한 차이를 보이지 않았다.

〈표 12〉 한식당 이용결정에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	한식당 이용결정	3.852	.001**	채택
상품성		1.442	.190	기각
디자인성		3.200	.003*	채택
화장실/분위기성		2.487	.018*	채택

p<0.05, **p<0.01, N=231

한식당 고객들의 거주지에 따른 한식당 서비스품질 평가의 차이를 보면 디자인속성만이 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 한식당 상품속성과 서비스속성 화장실/분위기속성은 유의한 차이를 보이지 않았다

〈표 13〉 응답자의 거주지에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	거주지	1.600	.148	기각
상품성		1.392	.219	기각
디자인성		2.848	.011*	채택
화장실/분위기성		1.377	.225	기각

p<0.05, N=231

한식당 고객들의 경주 방문목적에 따른 한식당 서비스품질 평가의 차이를 보면 서비스 속성과 화장실/분위기 속성이 통계적으로 유의한 차이를 보였으며, 한식당 디자인속성과 상품속성은 유의한 차이를 보이지 않았다.

〈표 14〉 진주 방문목적에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	진주방문목적	2.607	.054***	채택
상품성		.390	.760	기각
디자인성		.624	.600	기각
화장실/분위기성		2.851	.039*	채택

p<0.05, ***p<0.1, N=231

한식당 고객들의 진주 방문횟수에 따른 한식당 서비스품질 평가의 차이를 보면 모든 속성에서 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다.

〈표 15〉 진주 방문횟수에 따른 한식당 서비스품질평가 차이검증

변수		F값	P값	채택여부
종속변수	독립변수			
서비스성	진주방문횟수	1.150	.331	기각
상품성		.565	.639	기각
디자인성		.791	.501	기각
화장실/분위기성		1.243	.296	기각

p<0.05, N=231

3. 한식당 서비스품질 지각이 전반적인 만족도에 미치는 영향

한식당 고객이 지각된 서비스품질은 전반적인 만족도에 유의한 영향을 미치는가를 알아보기 위한 것이다. 우선 회귀식의 선형성 여부를 검증한 결과 F값이 84.295에 유의학률이 0.000으로 나와 99%의 신뢰수준에서 유의한 것으로 나타났다. 따라서 한식당 방문고객의 한식당 서비스품질 평가는 전반적인 만족도에 영향을 미친다고 말할 수 있다. 특히 회귀방정식의 설명력을 나타내는 결정계수가 0.614로 61.4%정도 설명력을 가지는 것으로 나타나 가설2는 채택되었다. 표준화된 계수값을 보면 전반적인 만족도 영향을 미치는 한식당 서비스품질 요인별 영향도를 알 수 있는데 서비스속성과 상품속성이 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 디자인속성과 화장실/분위기 속성은 적은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 16〉 한식당 서비스품질 지각이 전반적인 만족도에 미치는 영향

독립변수 \ 종속변수		전반적인 만족도	
		B (비표준화 계수)	베타 (표준화 계수)
한식당 서비스품질	서비스 속성	.400	.540**
	상품 속성	.354	.478**
	디자인 속성	.160	.216**
	화장실/분위기 속성	.161	.217**
R		0.784	
R ² (결정계수)		0.614	
F		84.295	
F유의도		0.000	

주: N = 231 *P<0.1 **P<0.05 ***P<0.01 n.s. = 유의하지 않음.

V. 결론

식당의 기능이 음식의 양과 질을 중시하다가 요즘은 맛과 질 더불어 서비스, 분위기, 식당 내부 청결등의 가치를 우선 시하는 경향이 나타나고 있다. 본 연구는 진주지역에 위치한 한정식 판매를 하는 한식당의 이용객에게 제공하는 서비스 품질을 측정하여, 지각된

서비스 평가요인 중 어떤 요소가 소비자 만족에 가장 큰 영향을 미치는가를 실증 분석하여 서구식 레스토랑에 비해 고객관리가 부족한 한식당에 고객이 원하는 것이 무엇인지 파악하여 고객 만족도를 높이고자 하였으며 또한 그 결과를 종합하여 고품질 서비스를 개발하여 고객의 욕구를 충족시켜나갈 수 있는 방안을 제시하고자 하였다.

연구결과를 바탕으로 한식당 고객의 만족을 제고하기 위한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다. 첫째, 한식당 종사원의 체계적인 서비스 교육이 필요하다. 식당은 고객 응대 서비스 방식에 따라 고객만족이 달라지고 있기 때문에 종사원들의 체계적인 서비스 교육이 필요하다. 교육을 통해 직업의식을 확립하고 숙련된 서비스 제공을 위해 체계적인 교육 훈련이 강화되어야 한다. 또한 종사원의 교육 내용의 개선과 호텔 한식당의 파견 교육 등 다양화를 전개해야 한다. 둘째, 향토음식 개발이 요구된다. 진주 음식에 대한 문헌조사와 지역에서 생산되는 식재료를 이용한 향토 음식을 발굴하여 비법을 전수, 보급하는 사업이 필요하다. 그리고 지역 향토 음식 전문가들의 의견을 들어 향토 음식점을 지정해 주고 행정 규제 완화와 세금 감면, 시설 개설 자금 융자들을 통해 향토음식점을 육성해야 한다. 셋째, 메뉴개발이 필요하다. 식당 영업 활성화를 위해서 메뉴 개발이 시급하다. 고객의 입맛에 맞는 메뉴 개발을 위하여 지속적인 연구와 적극적인 투자를 하려는 경영자, 노력과 의식 변화가 필요하다고 본다. 따라서 한식당은 고객의 관점에서 고객 지향적인 마케팅으로 좋은 서비스를 고객에게 제공하여 보다 나은 품질의 서비스를 하여 고객만족을 추구하여야 할 것이다. 넷째, 식당의 위생안전 관리에 관심을 갖어야 한다.

전통적인 감시방법에서 벗어나 위해 요소 중점 관리 기준(HACCP, Hazard Analysis Critical Control Point)에 의한 방법들을 통해 식당의 위생안전에 만전을 기해야 할 것으로 사료된다.

본 연구는 진주지역에 있는 한식당 모두를 대상으로 한 것이 아니고 한정식을 취급하는 식당만을 조사했기 때문에 고객 평가에 관한 연구의 한계가 있고 향후 진주지역 대중 한식당에 대한 메뉴 및 서비스 방법, 그리고 고객 만족 요인이 가격 및 가치에 어떤 연관성이 있는지 연구가 필요하다

ABSTRACT

As the economy grows rapidly and the national income level increases, the service industry has become more important and its size gets larger. Especially, the food industry undertakes a