

호텔 세미뷔페 레스토랑의 메뉴 컨셉 분석 - 서울시내 특1급 호텔을 중심으로 -

민계홍^{1*} · 최영기²

¹전주대학교 문화관광대학 외식산업학과, ²전주대학교 문화관광대학 관광정보전공

A Study of Analysis on the Menu Concept of the Hotel Semi Buffet Restaurants - Focusing on the 1st class hotels in seoul -

Kye-Hong Min^{1*}, Young-Ki Choi²

¹Dept. of Foodservice Management, College of Culture and Tourism, Jeonju University

²Tourism Information, College of Culture and Tourism, Jeonju University

Abstract

For the hotel industry, the situations having difficulties in management are becoming we planed by the rises of the cost and labor costs, the imbalance between supply and demand, stiffening competitions between the hotels. Therefore, there has been a plan for a great change to attract customers, escaping from the existing form of management in order to secure competitive powers in the food and beverage field. For that purpose, we plan to investigate into the preference of buffet restaurants in ten 5-star hotels in Seoul. By the analysis, we also plan to present the menu concepts that stand out and are preferred by the customers in managing semi-buffet restaurants. Therefore, the linear and planar coordinate values of the H Hotels and I Hotels came out both positive(+) as results of a similarity analysis using MDS, we can predict that they would be positioning on the same dimension. Furthermore we can predict that the menu of antipasto, sushi, sashimi and desserts would be positioning on the same dimension as a result of analysis of the most preferred menu by customers for each station in managing a semi-buffet restaurant. Based on these results, there must be continuous supervision over the menu of buffet restaurants.

Key Words : buffet restaurant, semi buffet, hotel, menu concept

1. 서 론

21C를 맞이하여 국가 전략 사업으로 손꼽히는 관광사업의 중심에 위치한 호텔산업은 2000년 ASEM회의와 2002년 한·일 월드컵 공동개최, 부산 아시안게임, 하계유니버시아드 대회 등의 중요한 행사를 성공적으로 유치해낸 경험 등을 바탕으로 관광산업의 선두주자로 발돋움 할 수 있는 좋은 계기가 되어 제2의 전성기를 맞이하려 하고 있다. 그러나 현실적으로 최근 호텔산업은 경제 불황에 따른 원가와 인건비상승, 수요와 공급의 불균형, 호텔 간의 경쟁심화 등으로 인해 경영의 어려움이 지속적으로 심각해지고 있는 실정이다.

호텔경영에 있어서 수익발생의 2대 상품인 객실부문 영업과 식음료부문 영업 부문이라고 할 수 있다. 객실의 매출액은 한정되어 있는 반면에 식음료는 마케팅 활동에 따라서 고객의 욕구와 만족을 탄력적으로 충족시켜 줄 수 있기

때문에, 매출액을 증대시킬 수 있는 높은 가능성을 내포하고 있어 요즘 식음료의 중요성이 강조되고 있다(Suh 등 2004). 특히 식음료 매출액에 있어서 뷔페레스토랑의 매출이 차지하는 비율이 높아지고 있다. 이를 위해 식음료 부서에 해당되는 뷔페레스토랑에서는 식음료 부분의 경쟁력을 확보하기 위해 기존의 운영 형태에서 벗어나 고객을 유치하기 위한 큰 변화를 꾀하고 있다.

레스토랑의 컨셉은 운영상의 모든 요소를 포함하는 복합적인 것들의 승(乘)의 개념이다. 메뉴 계획은 레스토랑 개발에 있어서 필요 불가결한 요소이다. 음식이야말로 고객이 그 레스토랑을 오는 가장 중요한 요인이다. 아무리 디자인이 좋고 홍보가 잘하고 서비스가 좋아도 음식, 즉 메뉴가 좋지 않으면 고객이 다시 그 가게를 찾기는 힘들 것이다(Shin 2002). 기존의 뷔페 레스토랑의 컨셉을 변형하여 저렴하고 질 높은 뷔페 레스토랑의 형태인 세미 뷔페 레스토랑을 운영하고 있다. 이러한 다양하고 변화된 메뉴 컨셉

* Corresponding author : Kye-Hong Min, Department of Foodservice Management, College of Culture and Tourism, Jeonju University, 1200 Hyoja-Dong, Wansan-Gu, Jeonju, Jeollabukdo 560-759, Korea Tel : 82-63-220-2896 Fax : 82-63-220-2736 E-mail : mkhbasil@hanmail.net

을 통해 고객들이 선호하는 메뉴를 상품화하여 타 호텔보다 차별화된 전략으로 고객들을 유치하려고 한다.

뷔페는 서양에서 유래된 식사형태로서 그 당시 식도락들로부터 대단한 찬사를 받으며 성장해온 식사형태이다. 호텔 뷔페 레스토랑의 개념은 일정한 요금을 지불하면 기호에 따라 마음껏 먹을 수 있는 요리로 뷔페는 내용상으로는 지불한 가격에 의해 자신의 기호에 맞는 음식을 먹는 오픈 뷔페와 일정한 고객의 수에 따라 정해진 양의 음식이 제공되는 크로스 뷔페가 있다(Kim 2001).

뷔페는 일반적으로 브런치 뷔페(brunch buffet), 런치 뷔페(lunch or luncheon buffet), 디너 뷔페(dinner buffet)가 있는데, 최근에 호텔마다 브런치 뷔페를 응용한 세미 뷔페를 점심과 저녁 시간 사이에 운영하고 있는데, 특히 세미 뷔페는 신속한 식사를 할 수 있어서 식사 시간을 절약할 수가 있다. 또한 일반 뷔페와 달리 가격에 비하여 다양한 요리와 주 요리를 선택 할 수가 있는 것이 장점이다. 그러나 일반 고객들은 뷔페 레스토랑과 차별화된 다양한 음식과 가격을 모르고 있다.

지금까지 호텔 뷔페 레스토랑에 관한 선행연구는 간헐적으로 이루어져 왔으나, 그다지 많은 편은 아니다. 호텔 고객의 뷔페 메뉴품질 만족도에 관한 연구(Choi 등 2004), 레스토랑 실내 디자인 선호도가 고객의 내적반응과 행동에 미치는 영향에 관한 연구(Park 등 2006), 특급호텔 뷔페 레스토랑의 중요선택요인과 이용제한요인 분석(Suh 등 2004), 호텔 뷔페레스토랑 이용객의 만족에 관한 연구(Yang 2002), 호텔상설 뷔페레스토랑의 효율적 운영을 위한 메뉴관리에 관한 연구(Kim 2001) 등이 있었다.

기존의 호텔 뷔페 레스토랑에 관한 선행 연구를 종합해 보면, 소비자가 메뉴를 선택하는 요인을 음식의 맛과 질, 시설과 분위기, 종사원의 서비스, 편리성, 접근성과 가격 등으로 요인을 도출하여 분석하였는데 유의적인 차이가 있었다.

본 연구에서는 세미 뷔페의 활성화를 위해 메뉴 컨셉 측면에 대한 연구가 필요하다고 생각되어 연구를 하게 되었다. 서울 시내 특1급 호텔을 중심으로 각 호텔의 선호도를 조사 해 보고, 세미 뷔페 레스토랑을 운영하는데 있어서 차별화된 메뉴 컨셉이 무엇이 있는지를 분석을 통해 메뉴의 컨셉을 제시하고자 연구의 목적을 두었다. 또한 향후 고객들이 지향하는 세미뷔페 레스토랑의 컨셉을 토대로 호텔을 경영하는 경영자, 식음료 관리자 및 종사원에게 고객들을 유치하는데 유효한 기초 자료가 되었으면 한다.

II. 연구방법

1. 조사의 대상 및 기간

본 연구의 조사목적을 달성하기 위해서 서울 시내 특1급 호텔의 뷔페 레스토랑에 좌석 규모가 200석 규모 이상인

10곳을 선정하여 조사를 하였다. 조사 대상은 뷔페 레스토랑의 메뉴와 관련된 분야이며, 메뉴에 대한 이해가 필요하다고 판단되어 양식조리사와 일식조리사 위주로 선정하였다. 양식조리사에는 베이커리 조리사와 한식조리사가 포함되었는데, 양식조리사에 한식조리사를 포함시킨 이유는 현재 특급 호텔에는 한식당을 운영하는 호텔이 적고, 일반적으로 한식조리사의 경우 양식부서인 연회부에 소속되어 한식조리 업무를 담당하고 있기 때문이다. 시간적 범위로는 2007년 7월 1일에서 7월 15일까지 실시하였다.

2. 분석방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 뷔페 레스토랑에 관한 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행을 하였다. 문헌적 연구를 통하여 뷔페 레스토랑에 관한 선행연구의 논문 및 문헌을 중심으로 이론적 고찰을 하였다. 또한 실증적 연구를 통하여 서울 시내 특1급 호텔의 뷔페 레스토랑의 주방에서 근무하는 정규직 종사원을 대상으로 설문지를 배포하여 응답 요령 및 주의사항을 설명한 다음 자기평가 기입법으로 응답하도록 한 후 설문지를 회수하였다. 총 설문지 167부 중에서 162부를 회수하였으며, 4부는 설문지 기입에서 오기로 나타나 제외하고 158부만을 통계처리 하였다. 설문지 구성은 총 4개 항목으로 설정 하였는데, 조사 대상자의 일반적 특성 6문항, 메뉴 컨셉의 선호도 5문항, 메뉴 선호도에 따른 위치도 11문항, 호텔의 유사성 1문항 등 총 23문항으로 구성하였다.

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩을 거쳐, SPSS 12.0 Window 통계 패키지 프로그램을 이용하여 빈도분석, 다차원척도분석을 실시하였다. 다차원 척도법(MDS)은 많은 수의 개체들의 상대적 거리에 기초하여 2차 평면 또는 다차원 공간상에 위치화시켜 주는 분석법이다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 일반적인 사항을 파악하기 위하여 성별, 연령, 최종학력, 근속년수, 조리사, 월평균 수입 등에 대하여 빈도분석을 실시하였는데, 결과는 <Table 1>과 같다.

조사응답자의 성별 구성에 있어서는 전체응답자 158명 중 남자가 134명으로 84.8%이고, 여자가 24명으로 15.2%로 나타났다. 연령은 31~35세가 74명으로 46.8%, 26~30세가 37명으로 23.4% 순으로 나타났으며 45세 이상이 5명인 3.2%로 가장 낮았다. 최종학력은 2년제 졸업이 96명으로 60.8%, 4년제 졸업이 43명으로 27.2%로 나타났다. 근속년수에서는 10년 이상 근무한 종사원이 49명으로 31.0%, 5~8년 이하와 8~10년 이하가 39명으로 24.7%로 나타났다. 근무부서는 조리부에서 근무하는 종사원이 107명으로 67.7%, 식음료 부서에서 근무하는 종사원

<Table 1> Characteristics of respondents

Characteristics	Categories	Frequency(N)	Percentage(%)
Gender	Male	134	84.8
	Female	24	15.2
Age	21~25 years	9	5.7
	26~30 years	37	23.4
	31~35 years	74	46.8
	36~40 years	25	15.8
	41~45 years	8	5.1
	45 and over	5	3.2
Education	High school	10	6.3
	Junior collage	96	60.8
	University	43	27.2
	Graduate	9	5.7
Working year	3~5 years	31	19.6
	5~8 years	39	24.7
	8~10 years	39	24.7
	More than 10 years	49	31.0
Cook	Western	124	78.5
	Japanese	34	21.5
Monthly income (Won)	≤ 1,000,000	1	0.6
	1,000,000~2,000,000	43	27.2
	2,000,000~3,000,000	74	46.8
	3,000,000~4,000,000	32	20.3
	4,000,000~5,000,000	8	5.1
Total	158	100	

이 51명으로 32.3%로 나타났다. 조리사에는 양식조리사가 124명으로 전체의 78.5%로 가장 많이 나타났다. 월평균 수입은 200~300만원 미만이 74명으로 46.8%로 가장 많이 나타났으며, 100~200만원 미만이 43명으로 27.2%, 300~400만원 미만이 32명으로 20.3%, 400~500만원 미만, 100만원 미만의 순으로 나타났다.

2. 차별화된 스테이션 메뉴 컨셉

기존의 뷔페 메뉴와 차별화된 스테이션 메뉴로는 일식 요리, 그릴요리, 누들요리, 샐러드와 후식, 오븐에서 갓 구워낸 빵 순으로 나타났다. 그릴요리에서는 38명(24.1%)으로 차콜 그릴, 철판구이, 회전식 구이를 제공해야 한다고 답하였다. 일식요리에서는 스시, 사시미, 캘리포니아 롤, 마끼를 제공해야 한다고 답하였다. 누들요리에서는 면의 조리 특성 상 기존의 조리 방법에서 직접 고객 앞에서 조리하여 제공하는 것이 좋겠다고 답하였다. 샐러드는 유기농 샐러드 제공과 신선한 과일을 차갑게 스테이션에서 제공하는 것이 좋겠다고 답하였다. 마지막으로 오픈 주방 형태로 오븐을 설치하여 즉석에서 구운 빵을 제공하는 것이 좋겠다고 답하였다. 좌석규모 및 구성에서는 총 200석 규모를 기준 좌석으로 하는 것이 좋다는 응답이 가장 많았으며, 200석 중에서 캐주얼 분위기의 테이블 160개 좌석과 알라까트(a la carte) 메뉴가 가능한 40개 좌석인 레스토랑이 적당한 좌석 배치 비율이라는 응답이 가장 많았다. 메뉴 컨셉은 알라까트 메뉴가 가능하여야 한다는 응답이 많았으며, 특

<Table 2> Preference result of Special Station Menu Concept

Menu for Station	Items	N(%)
Grill	We provide a service with three different kinds of grill food. which includes charcoal grill(ribs and other roasts), grill on a hot plate(Mongolian barbecue, grill on a small hot plate) and rotating grill (seafood and vegetables on skewers)	38(24.1)
	Our special sushi and sashimi such as California rolls and Maki rolls in a sophisticated form are served. If there is a request of customer, the chef personally serves food on his/her plate personally. The seafood for the season can be cooked and served instantly by Chef	52(32.9)
Noodle	Instead of already cooked noodles, we provide noodles-a la minute, which is cooked and served after the selection of customer. There are various kinds of noodles including the Italian, korean, japanese, chinese and vietnamese noodles, etc	31(19.6)
	We serve healthy organic salad. With many different types of dressing, the salad bar must be differentiated from the other buffet restaurant salad bars. Fresh fruits and various kinds of desserts are provided	22(13.9)
Wood-Fired Oven	Ovens are installed in open-kitchens to bake and provide fresh bread or Italian pizzas directly	15(9.5)
	Total	158(100.0)

히 뷔페 레스토랑 운영을 하는데 세미 뷔페 레스토랑을 운영하는 것이 좋다는 응답을 가장 많았다. 음식의 세팅 스테이션은 5개 스테이션으로 운영하는 것이 가장 좋다는 응답이 가장 많았는데, 이에 대한 스테이션 메뉴의 내용은 <Table 2>와 같다.

위의 결과를 토대로 차별화된 세미 뷔페 레스토랑의 메뉴 컨셉을 위한 종합적인 내용을 제시하면 다음과 같다.

샐러드는 건강식에 대한 욕구를 충족시키기 위하여 유기농 야채 샐러드의 선호도가 증가하는 추세이다. 특히 여성 고객과 높은 연령층의 고객에게 인기가 많다. 씨저 샐러드(ceasar salad), 혼합 샐러드(mixed salad) 등은 가장 인기 있는 샐러드 상품이고, 육류의 음식을 먹을 때에는 꼭 야채를 곁들여서 먹는 것이 한국인들의 습관이므로 그린 샐러드에 필요한 다양한 오일 드레싱을 준비하여 세팅하여야 한다.

찬 음식에서는 해산물을 넣어 만든 요리를 가장 선호하며 고급 음식으로 생각을 한다. 특히 대게, 새우, 굴, 바다가재 등은 계절적으로 이용하기에 적당한 해산물로써 고객

들의 눈길을 끌 수가 있어 좋다. 예를 들어 신선한 굴은 고객들 앞에서 직접 라이브 스테이션에서 조리사가 직접 제공해주는 오픈 서비스로 인기가 많다. 하지만 우리나라에서는 계절에 따라 사용할 수가 있어 해산물이 제한이 되어 있기 때문에 이 점을 유의하여야 한다.

이태리 음식 중에서 안티파스토(antipasto-appetizers)는 여러 나라 음식 중에서 가장 보편화된 전체요리인데, 고객들한테 인기가 많은 음식이다. 특히 카파치오(carpaccio), 파마햄(parma ham)과 머스크 메론, 야채구이(grilled vegetables), 훈제연어, 해산물 샐러드 등이 인기가 많은 음식이다.

일식 중에서 스시와 사시미는 건강식이고, 비싼 음식으로 생각한다. 이러한 이유로 대부분의 뷔페 레스토랑에서 제공하는 아이탬이다. 하지만 서울시내 특1급 호텔 뷔페 레스토랑에서 제공하는 스시와 사시미는 거의 낮은 질을 사용하므로 호텔 간에 차별화를 시키지 않고 있다. 왜냐하면 이 아이탬은 원가에 큰 영향을 미치지 때문이다. 그래서 캘리포니아 롤, 마끼 등의 차별화된 아이탬이 필요하겠겠다.

육류에서는 그릴(grilled)이나 브로일(broiled)된 쇠고기를 선호하고 있는데, 특히 양고기는 아직까지 익숙하지 않은 사람들이 대부분이지만 양고기 특유의 냄새를 제거할 수 있는 향신료와 소스를 이용하여 조리를 하면 양고기를 맛있게 즐길 수가 있다.

생선류는 모든 고객들이 싫어하는 경우는 극히 드문데, 건강식으로 생각하기 때문이다. 특히 연령이 높은 고객일수록 생선에 대한 선호도가 높으며, 생선을 그릴(grilled)이나 스팀(steamed)의 조리법으로 요리를 하는 것을 가장 바람직하다.

가금류(poultry)는 쇠고기보다 싼 음식으로 인식하고 있기 때문에 주변에서 쉽게 접할 수 있는 음식이므로, 닭고기 요리는 가장 평범하게 접할 수 있는 요리이므로 인기가 가장 많다. 누들에 대한 선호도는 점차 확대되고 있는 추세이므로 다양한 음식을 먹은 후에 약간의 국물과 면으로 마무리하는 것이 일반적인 패턴이므로 인기가 많은 음식이다. 그러나 누들 메뉴는 타 호텔 뷔페 레스토랑과 차별화하기 위해서 알라미닛(a la minute)으로 제공하는 것이 고객들의 만족도와 메뉴의 질이 높아질 것이다.

치즈는 선호하는 고객들이 늘어나고 있으나 아직은 일반적인 치즈 이외에는 그리 인기가 많지 않다. 인기 있는 치즈로는 까렘베르 치즈, 그레이 치즈, 모짜렐라 치즈, 체다 치즈 등의 치즈가 인기 있는 치즈이며, 브리 치즈는 아직 인기도가 적은 편이다. 그러므로 치즈 스테이션에서는 기본적인 품목만을 갖추고 특화할 필요는 없는 아이탬이다.

후식에서는 무스(mousse), 케익, 아이스크림, 과일 등을 기본적으로 제공하고, 가능한 한 날개 형태로 된 디저트를 제공하는 것이 좋다는 의견이 많았다. 특히 과일의 경우 차별화를 위해 열대 과일의 제공 가능성을 검토하여야 하겠다.

2. ALSCAL에 의한 호텔의 유사성 분석

여러 개의 개체들을 위치화 시켜 주는 매우 강력한 도구가 있는데 그것이 다차원척도법(MDS)이라 불리는 분석기법으로 윈도우용 SPSS는 "ALSSCAL"이라 불린다(원태영 2004). 다차원 척도법에는 유사성 다차원 척도법과 선호 다차원 척도법이 있다. 유사성 다차원 척도법은 다차원 척도법의 대상들(제품, 상표, 속성 등)간의 유사성 자료를 기초로 하여 이들 대상들이 소비자들에게 인지되고 있는 차이 정도를 종합적으로 공간상의 거리 개념으로 전환하여 보여 주는 것을 말한다. 다차원 공간에서의 거리를 유클리드 거리로 가정한 유사성 다차원 척도 모형은 다음의 식과 같다.

$$S_{ij} = f[d_{ij}] = f\left[\sqrt{\sum_{r=1}^p (X_{ir} - Y_{jr})^2}\right]$$

유사성 다차원 척도 모형은 평가 대상 *i*와 *j*간의 비유사성 평가 S_{ij} 를 다차원 공간의 거리 d_{ij} 로 바뀌어 *r*번째 차원에서의 위치(X_{ir}, X_{jr})를 찾는 모형이라고 할 수 있다(Kim 2005). 이때 결과가 좋다는 것은 모형 적용 결과로 계산되는 스트레스(Stress) 값이 가장 낮은 것을 의미한다. 스트레스 값이 0.2 이상이면 적합도 정도는 매우 나쁘고, 0.2이면 나쁨, 0.1은 보통, 0.05이면 좋음, 0.025는 매우 좋음, 0은 완벽하다는 적합도 판정 기준이다.

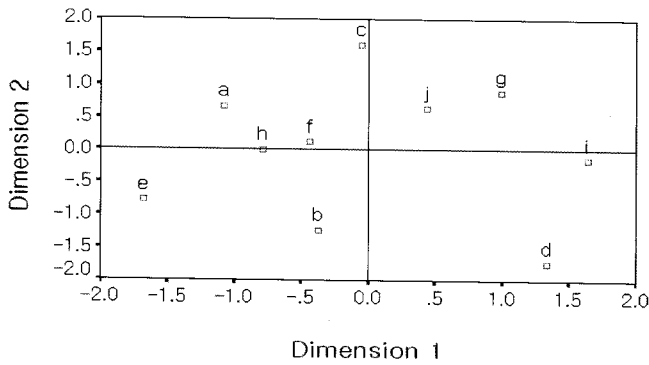
본 연구에서는 서울에 소재한 특1급 10개 호텔의 뷔페 레스토랑을 기준으로 분석한 ALSCAL에 의한 유사성을 분석하였다. 스트레스 값은 0.18로서 이 모형의 적합도 정도는 약간 낮은 편이나 R^2 은 0.76으로서 모형의 설명력은 76%의 높은 설명력을 나타내고 있다. H 호텔과 I 호텔의 1차원 좌표값이 양(+)의 값이고, 2차원 좌표값도 양(+)의 값이 나타나서 동일 차원에 포지셔닝이 될 것이라고 예측할 수가 있다. 전체 유사성에 대한 결과는 <Table 3>과 같다.

또한 10개의 호텔 뷔페 레스토랑들이 얼마나 유사한지를 5점 척도를 기준으로 응답하도록 하여 설문에 대한 평균을 매트릭스에 나타냈다. 호텔 간의 거리가 가까울수록 유사성의 정도가 크다고 할 수가 있는데, 매트릭스에 나타난 결과는 H 호텔과 I 호텔 간의 거리가 가깝게 나타났다. 이

<Table 3> Similarity Analysis of Hotel

Division(Hotel)	Component	
	Dimension 1	Dimension 2
L Hotel	-1.0776	.6628
M Hotel	-.3726	-1.2373
S Hotel	-.0483	1.6057
S · H Hotel	1.3338	-1.7394
P Hotel	-1.6782	-.7790
W Hotel	-.4396	.1193
H Hotel	.9943	.8870
R Hotel	-.7901	-.0062
C Hotel	1.6402	-.1522
I Hotel	.4380	.6392

Stress = 0.18587 RSQ = 0.76



<Figure 1> Perceptual map result of Hotel

- a. L Hotel b. M Hotel c. S Hotel d. S · H Hotel e. P Hotel
f. W Hotel g. H Hotel h. R Hotel I. C Hotel j. I Hotel

결과는 H 호텔과 I 호텔 간의 유사성이 크다고 할 수 있다. 이에 대한 결과는 <Figure 1>과 같다.

3. ALSCAL에 의한 세미 뷔페 메뉴의 선호도에 따른 위치도

선호 다차원 척도법은 유사성 다차원 척도법과는 다르지만 소비자의 심리적인 평가 개념을 공간 상의 거리로 유추하고 있다는 점에서는 유사성을 가지고 있다. 소비자 n 이 제품 i 에 대한 선호도 S_{in} 을 d_{ij} 거리의 함수로 생각하고 거리는 r 번째 차원에서 소비자의 위치 Y_{nr} 와 제품의 위치 X_{ir} 간의 유클리드 거리로 정의한다.

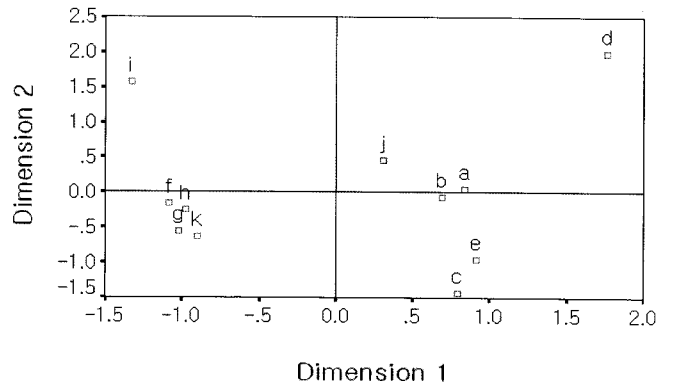
$$S_{in} = f(d_{in}) = f\left[\sqrt{\sum_{r=1}^p (X_{ir} - Y_{nr})^2}\right]$$

본 연구에서는 세미 뷔페 레스토랑을 컨셉으로 운영할 때 고객들이 가장 선호하는 메뉴를 스테이션 별로 분석한 ALSCAL에 의한 위치도를 분석하였다. 선호하는 메뉴의 종류 별로 5점 척도를 기준으로 평가를 하여 설문에 대한 평균을 매트릭스에 나타냈다. <Table 4>는 전체 유사성 결과인데 안티파스토, 스시와 사시미, 후식의 1차원 좌표 값이 양(+)의 값이고, 2차원 좌표값도 양(+)의 값이 나타

<Table 4> Preference result of Menu

Division(Menu)	Component	
	Dimension 1	Dimension 2
Antipasto	.8368	.0439
Korean cuisine	.6923	-.0666
Salad	.7929	-1.4296
Shushi and Sashimi	1.7616	1.9882
Meat	.9169	-.9539
Fish and shell fish	-1.0854	-.1646
Poultry	-1.0202	-.5610
Noodles	-.9785	-.2542
Assorted cheese	-1.3297	1.5728
Dessert	.3100	.4580
Chinese cuisine	-.8967	-.6328

Stress = 0.14788 RSQ = 0.71



<Figure 2> Perceptual map result of Menu

- a. Antipasto b. Korean food c. Salad d. Sushi and sashmi
e. Meat f. Fish g. Poultry h. Noodle i. Assorted Cheese
j. Dessert k. Chinese food

나서 동일 차원에 포지셔닝이 될 것이라고 예측할 수 있다. 다차원 공간상의 메뉴별 좌표를 구한 뒤 분석의 적합도를 나타내는 Kruskal의 Stress값은 0.14로서 이 모형의 적합도 정도는 약간 낮은 편이다. R^2 은 0.71으로서 모형의 설명력은 76%의 높은 설명력을 나타내고 있다.

세미 뷔페 메뉴의 선호도에 따른 유사성 정도를 매트릭스에 나타냈는데, 각 메뉴 간의 거리가 가까울수록 유사 정도가 크다고 할 수가 있다. 이에 대한 결과는 <Figure 2>와 같다.

본 연구의 고찰을 살펴보면 호텔 뷔페 레스토랑에 관한 선행연구인 김현묵, 민계홍, 박영석, 서정모, 양기승, 최수근의 연구 결과는 소비자가 메뉴를 선택하는 요인은 일반적으로 음식의 맛과 질, 시설과 분위기, 종사원의 서비스, 편리성, 접근성과 가격 등으로 나타났다. 그러나 본 연구에서는 메뉴에 대한 컨셉을 결정하여 메뉴 별 스테이션에 따른 차별화되고 선호하는 메뉴를 제시하였다는 점에서 선행 연구와의 차이가 있다고 생각된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 서울 시내 특1급 10개 호텔을 중심으로 각 호텔의 뷔페 레스토랑 선호도를 조사 해 보고, 세미 뷔페 레스토랑을 운영할 때 메뉴 컨셉에 대한 분석을 통해 메뉴의 컨셉을 제시하고자 한다. 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 뷔페 레스토랑 운영 시 컨셉에 대한 의견은 좌석 규모에서 총 200평 규모의 캐주얼 실내분위기의 테이블 160개 좌석, 알라카트 메뉴가 가능한 40개 좌석인 레스토랑이 적당하다고 나타났다. 컨셉은 알라카트 메뉴가 가능한 세미 뷔페 레스토랑을 선호하였으며, 음식의 스테이션은 5개가 가장 적당하다고 나타났다.

둘째, 각 호텔의 뷔페 레스토랑을 ALSCAL에 의한 분석을 통해 위치도 유사성을 매트릭스에 나타냈는데, H 호텔과 I 호텔이 동일 차원에 포지셔닝이 될 것이라고 예측되

었다.

셋째, 세미 뷔페 운영 시 메뉴에 대한 종합적인 의견은 샐러드, 찬 음식, 안티파스토, 스시와 사시미, 육류, 생선류, 가금류, 누들, 치즈, 후식에서 다양한 의견이 나왔는데, 샐러드에서 유기농 야채를 이용한 건강식 샐러드를 선호하고, 찬 음식에서는 계절에 사용할 수 있는 굴, 대게, 새우 등의 해산물을 좋아하며, 안티파스토에서는 카파치오, 파마햄, 야채구이, 훈제연어 등의 음식이 인기가 많다. 특히 스시와 사시미의 질을 높여야 하며 아이템을 캘리포니아 롤, 마끼 종류를 추가하여야 한다고 했다. 육류와 생선류, 가금류 등은 조리법으로 음식의 맛을 차별화해야 한다. 누들은 고객들의 앞에서 직접 제공해야 만족도가 높아진다고 하였다. 치즈는 기본적인 품목만 갖추고, 후식에서는 무스, 케익, 아이스크림, 과일 등 필수이며 날개 형태도 된 디저트와 열대 과일을 제공을 검토하여야 한다고 응답을 하였다.

이러한 결과는 고객의 생활의식이 변화하고 소비자의 욕구가 개성적이고 다양해지는 오늘날 고객의 입장에서 고객을 생각하는 뷔페 레스토랑을 운영해야 하는 것이 호텔의 상황변화에 대한 적절한 대응 방법이고, 기존의 레스토랑 운영 방법을 탈피하여 차별화 된 운영 전략이라고 생각된다. 특히 새로운 메뉴를 개발하는 동시에 기존의 메뉴의 문제점을 파악하고 시대의 흐름에 따른 의견 내용을 파악해 문제점에 대한 방안을 제시하여 새로운 컨셉에 따라 전략을 수정 및 보완을 해서 성공적인 뷔페 레스토랑 운영이 될 수 있도록 해야 하겠다.

본 연구의 시사점과 한계점으로 결론을 내리고자 한다. 기존의 연구에서는 주로 의견을 설문조사 형식으로 알아보았는데, 본 연구에서는 호텔 뷔페 레스토랑 메뉴 컨셉 운영에 대하여 실무에서 근무하고 있는 종사원들에게 직접 면담을 통해서 의견을 수렴하고 분석하여, 구체적인 의견을 제시함으로써 기존의 연구에서 파악하지 못했던 사항을 알아볼 수 있도록 하였다. 이는 구체적인 내용의 파악이라는 점에서 타 호텔 관리자나 종사원들에게 시사 하는 바가 많을 것이다. 그러나 연구의 한계점으로는 레스토랑 영업시간에 종사원들에게 설문지의 의견을 작성하는 관계로 구체적으로 파악하는데 한계가 있었다. 또한 조사 대상을 뷔페 레스토랑의 조리사로 한정하였다. 따라서 향후 연구에서는 조사 대상을 폭 넓게 선정하고, 보완하여 이러한 결과를 토

대로 지속적인 호텔 뷔페 레스토랑의 메뉴에 대한 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것으로 생각된다.

■ 참고문헌

Suh JM, Choi BH, Moon JH. 2004. An analysis of the important choice factors and using constraint factors of the buffet restaurant in super deluxe hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 6(0):180

Shin SS. 2002. A study of restaurant design concept development. Masters degree thesis. Kyungki University. pp 18-19

Kim HM. 2001. A Study on Menu Services Designed for Effective Management of Hotels Buffet Restaurants. Masters degree thesis. Taegu University. pp 8-9

Choi SK, Lee YJ, Lee JH. 2004. A study on the satisfaction of the buffet menu quality of the hotel customers. *Korean J Food Culture*, 19(5):573-586

Park YS, Ryu KS, Kim TH. 2006. A study on influence of preference for restaurant interior design style on customers internal response and behavior. *Korean Academic Society of Hospitality Administration*, 15(2):241-263

Suh JM, Choi BH, Moon JH. 2004. An analysis of the important choice factors and using constraint factors of the buffet restaurant in super deluxe hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 6(0):179-196

Yang KS. 2002. A study on the satisfaction of customers for hotel buffet restaurant in Seoul. Masters degree thesis. Kyungki University. pp 1-92

Kim HM. 2001. A Study on Menu Services Designed for Effective Management of Hotels Buffet Restaurants. masters degree thesis. Taegu University. pp 1-108

원태연 · 정성원. 2004. 통계조사분석. SPSS아카데미. 서울. pp 472-473

Kim JM. 2005. A Study of products positioning using multi-dimensional scaling analysis. Masters degree thesis. Dongguk University. p 13

(2007년 8월 22일 접수, 2007년 10월 18일 채택)