

국내 한식당의 서비스 품질과 관련된 연구 논문의 경향 분석
- 2000~2008년 학술지에 수록된 연구를 중심으로 -

정효선 · 송민경 · 이선령 · 윤혜현[¶]
경희대학교 조리과학과[¶]

Research Trends in the Service Quality of Korean Restaurants
- Centering on the Researches in Academic Journals
from 2000 to 2008 -

Hyo-Sun Jung, Min-Kyung Song, Sun-Lyung Lee, Hye-Hyun Yoon[¶]
Dept. Culinary Science and Arts, KyungHee University[¶]

Abstract

The purpose of this study is to study academic tendency in the researches on the service quality of Korean restaurants by analyzing the studies related to the service quality of Korean restaurants. As a result of this study, the studies related to the service quality of Korean restaurants, included in 7 academic journals selected, are totally 26 articles. Among them, there are 14 researches targeting medium-large size Korean restaurants with more than 100 seats. In the methodological aspect, the scales, which were used most frequently in measuring the service quality of Korean restaurants, were indicated to be SERVQUAL in Parasuraman et al.(1988), DINESERV in Stevens et al.(1995) and Brady & Cronin(2001)'s scale. Also, as a result of examining the tendency of researches related to the service quality in Korean restaurants in the contextual aspect, the interaction quality between employees and customers out of customers' perceived service quality was surveyed to have greater influence upon customers' behavioral reaction than the physical quality or technical quality. Consequently, in order to conduct an institutional research through examining the service quality in Korean restaurants, understanding the customers' perceived service quality needs to be implemented preferentially with a systematically verified scale. Moreover, such researches on the service quality of Korean restaurants appear to focus on specific subjects. Thus, in order to escape from this tendency, it is necessary to explore creative research subjects and design diversely and scientifically analytical methods.

Key words : research trend, Korean restaurants, service quality, Korean food.

I. 서 론

음식 문화의 수출 및 발전은 외화 획득, 고용 창출, 연관 산업의 발전 등을 도모할 수 있는 높

은 부가가치를 지닌 경제 영역으로써(이규진 등 2007), 세계 각국은 정부의 주도로 자국 음식의 세계화를 위한 국가적인 전략을 수립·실천하고 있으며, 이러한 시점에서 고유한 전통음식을 개

본 논문은 농촌진흥청 농업경영공동연구사업(과제번호 20090201-037-017-001-04-00)에서 연구비를 지원받았음.

¶ : 윤혜현, 02-961-9403, hhyun@khu.ac.kr, 서울시 동대문구 회기동 1 경희대학교 조리과학과

발하고 경제적 성과를 증대함을 물론 국가 이미지를 제고하는 것은 매우 중요한 국가적 과제라고 판단된다(김재수 2005).

그러나 한국음식은 오랜 전통과 역사를 가지고 있으며, 균형적인 영양성분을 포함하고 있는 우수한 식품임에도 불구하고 세계 시장에서 여전히 아시아 음식의 주류에 포함되지 못하는 등 한국음식에 대한 국내·외적인 관심은 그동안 매우 미흡한 실정이었다고 할 수 있겠다(이규진 등 2007). 하지만 최근에는 식품을 하나의 문화적인 자산으로 인식하며 새로운 음식문화로서 음식에 대한 선호 패턴이 과거의 패스트푸드(fast food)에서 슬로우푸드(slow food)로 전환되고 유기농, 건강식, 자연식 등이 인기를 끌게 되면서, 이러한 세계적인 흐름이 한국음식을 국제화하기에 매우 좋은 여건으로 자리매김하고 있다(이경란 등 2008). 이러한 추세에 부응하기 위해 정부는 2009년 4월 한식을 세계 5대 음식을 육성하기 위한 「한식 세계화 추진 전략(안)」을 통해 2017년까지 해외 한식당 4만개와 세계적인 한식 브랜드 100개를 육성하기 위한 대규모 프로젝트를 발표하면서 국가적인 차원에서 육성 정책을 수행하고 있는 상황이다(농수산물유통공사 2009).

이러한 시점에서 국내 한식당 업계에 대한 통계청(2008)의 자료에 의하면 국내 일반 음식점 중 한식당이 차지하는 비율은 89.5%로 매우 높은 점유율을 차지하고 있지만(김선정 등 2008), 이러한 높은 비중에 비하여 전반적인 경영 수준에 있어서는 타 업종에 비해 매우 영세한 실정이다. 이러한 결과는 그동안 한국음식이 자국민의 음식이라는 장점을 통해서 꾸준히 많은 고객을 유치하고 있었음에도 불구하고, 체계적인 고객 관리 및 차별화된 내부 시설, 전문화된 인력 확보 등 경영의 전반적인 측면에서 체계화가 미흡하였기 때문이며(김순진 등 2004), 따라서 국내 한식당의 서비스 품질의 향상 및 차별화를 통한 경쟁 우위 확보를 위해서는 체계적인 도구를 이용하여 한식당의 객관적인 서비스 품질에 대한 평가가 선행될

필요가 있을 것으로 판단하였다.

이러한 필요성에 기인하여 2000년 이후 한식당의 서비스 품질에 관한 연구들이 이뤄지고 있기는 하지만 아직까지 국내 한식당의 서비스 품질과 관련된 연구 논문은 많지 않으며, 보다 다양한 차원에서 학문적 구조를 분석하려는 시도가 부족한 실정이라고 할 수 있다. 또한, 한식당을 대상으로 한 연구의 동향 및 분석에 관한 연구는 거의 전무하며, 이의 연구 동향을 분석하는 것은 지난 연구 문헌들의 흐름과 동향을 고찰함으로써 과거와 현재의 이론적인 발전이나 미래의 추세를 예측할 수 있을 뿐만 아니라 주제 및 연구방법 등의 특징을 파악함으로써 향후 연구의 체계화 및 기여 측면에서도 유익할 것으로 판단된다. 더불어 각 분야가 균형이 있고 체계적으로 발전되기 위해서는 연구 활동도 중요하지만 결과물에 대한 동향을 파악하는 것도 역시 필수적인 단계라고 여겨지므로 주요 학술지 분석을 통해 한식당의 서비스 품질을 고찰하는 것은 글로벌화 시대에 한국음식 세계화를 위한 전략 수립에 필수적인 일로 사료되며 이는 국내 한식당 서비스 품질 연구가 더욱 발전하기 위해 발돋움하는 현 시점에서 매우 시기 적절한 연구 과정이라고 여겨진다.

따라서 본 연구에서는 최근 급성장하고 있는 한식당의 서비스 품질 논문을 중심으로 학문적 지적 구조를 파악하고 점검하며, 이를 바탕으로 국내 식품, 조리, 외식, 관광 관련 대표 학술지에 게재된 한식당의 서비스 품질 관련 논문 분석을 통해서 한식당 서비스 품질 연구의 학문적 경향을 분석하였다. 세부적으로는 첫째, 한식당의 서비스 품질 측정에 사용된 척도의 유형을 비교·고찰하고, 둘째, 국외의 대표 학술지에 게재된 호텔·레스토랑 서비스 품질을 측정된 연구 결과와 비교하여 이를 통해 나타난 특성을 살펴봄으로써 최근 한식당 서비스 품질 연구의 흐름과 특징, 그리고 시사점 등의 파악을 통해 한국음식 세계화 연구를 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

II. 연구 방법

1. 자료 수집(분석 대상 논문의 선정)

한식당 서비스 품질(이하에 언급된 서비스 품질은 한식당의 메뉴 품질과 선택 속성을 포함한 개념임) 연구의 학문적 구조를 파악하기 위한 본 연구의 분석 대상은 국내 학술지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 논문을 기준으로 하였다. 그 이유는 기초 과학을 비롯한 사회 과학 학문에서도 학문적 발전 과정에 있어서 학술지가 매우 중요한 역할을 수행하고 있으며, 어떤 학문 분야의 연구 경향을 분석할 때 분석 과정에서 객관성과 일관성을 유지할 수 있는 가장 일반적인 방법은 일정 기간 전문 학술 단체에서 정기적으로 발행하는 관련 분야의 학술지를 분석하는 것이기 때문이다. 이에 본 연구에서 다루고 있는 한식당의 서비스 품질과 관련된 연구 주제는 식품학, 조리학, 외식경영학, 관광학 등의 분야에서 관련된 연구가 이루어지고 있는 실정이므로, 분석할 논문이 게재된 국내 학술지로 전국 규모의 식품, 조리, 외식, 관광 관련 전문 학술지 중 한국학술진흥재단에 등재된 7개의 학술지를 <Table 1>과 같이 선정하였다. 따라서 지역학회에서 발간되는 학술지나 대학 연구소에서 발행하는 논문, 그리고 석·박사 학위논문도 분석 대상에서 제외시켰다. 또한 이러한 선정 기준에 따라 각종 학술 대회에서 발표된 논문이나 정기적으로 발간되는 학술지가 아닌, 학회에서 특별호와 같이 간헐적으로 발행되는 논문들도 본 연구에서 제외시켰다.

해당 학술지에 게재된 모든 논문에서 본 연구에서 분석 대상으로 사용할 한식당 서비스 품질과 관련된 논문을 선정하기 위해 직접 해당 학회의 인터넷 사이트를 검색하여 한식당, 서비스 품질, 한국음식 전문점, 한식당 서비스 등의 키워드로 논문의 제목과 초록(키워드 포함)을 검색하여 분석 대상 논문을 선별하였다.

2. 자료 분석

국내 한식당 서비스 품질 연구 분야의 동향을 살펴보기 위해 먼저 분석 대상 학술지의 2000~2008년에 게재된 총 논문수를 측정한 후 그 중 한식당 서비스 품질 관련 논문 수를 조사하였으며, 해당 기간 동안의 연도별 빈도를 고찰하였다. 더불어 선별된 한식당 서비스 품질 관련 논문을 응답 대상(내·외국인)과 한식당의 종류를 기준으로 구분하였으며, 한식당의 서비스 품질을 측정하기 위해 사용된 척도의 유형을 조사하고 레스토랑 서비스 품질과 관련된 국외 SSCI급 학술지 중 *International Journal of Hospitality Management*를 선정하여 레스토랑 서비스 품질 측정에 사용된 척도를 조사하고 연구 결과를 비교하였다.

III. 분석 결과

1. 연구 대상 분석

분석 대상 학술지에 게재된 2000~2008년 한식당 서비스 품질 관련 논문을 학술지별로 살펴보면 <Table 2>와 같다. 2000~2008년에 발행된

<Table 1> List of domestic academic journals in the analytical subjects

Publishing institution of domestic academic journals		Frequency of publication
동아시아식생활학회	The East Asian Society of Dietary Life	Bimonthly
한국관광학회	The Tourism Sciences Society of Korea	Bimonthly
한국식생활문화학회	The Korean Society of Food Culture	Bimonthly
한국식품조리과학회	The Korean Society of Food and Cookery Science	Bimonthly
한국외식경영학회	The Foodservice Management Society of Korea	Quarterly
한국조리학회	The Culinary Society of Korean Academy	Quarterly
한국호텔외식경영학회	Korean Academic Society of Hospitality Administration	Bimonthly

〈Table 2〉 Present status of reported studies on the service quality(including quality of menu, concept of selection attribute) of Korean restaurants by academic journal in the analytical subjects

Publishing institution of academic journals	Total number of studies from 2000 to 2008 (N)	Number of studies on researches related to Korean food (%)	Number of studies related to service quality in Korean restaurants (%)
The East Asian Society of Dietary Life	670	16(0.02)	2(0.002)
The Tourism Sciences Society of Korea	618	5(0.008)	1(0.001)
The Korean Society of Food Culture	651	29(0.04)	7(0.01)
The Korean Society of Food and Cookery Science	850	19(0.02)	3(0.003)
The Foodservice Management Society of Korea	357	18(0.05)	6(0.02)
The Culinary Society of Korean Academy	521	22(0.04)	5(0.009)
Korean Academic Society of Hospitality Administration	495	5(0.01)	2(0.004)

총 논문 수 대비 한식당 서비스 품질과 관련된 논문이 가장 많이 게재된 학술지는 학술지의 편집 지침과 성격에 따라 약간의 비율 차이를 보이고 있었지만, 한국외식경영학회(357편 중 6편)와 한국식생활문화학회(651편 중 7편)로 나타났다. 분

석 대상 학술지에서 한식당 서비스 품질과 관련된 논문으로 선정된 총 26편의 연도별 빈도를 조사한 결과는 〈Table 3〉과 같다. 분석 결과 2000년대 초반에 분석 대상 7개의 학술지에서 1~2편에 불과하던 한식당 서비스 품질과 관련된 논문은

〈Table 3〉 Frequency by year in the studies on the service quality in Korean restaurants by academic journal in the analytical subjects (2000~2008)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
The East Asian Society of Dietary Life	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
The Tourism Sciences Society of Korea	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
The Korean Society of Food Culture	0	0	0	0	0	3	1	1	2	7
The Korean Society of Food and Cookery Science	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3
The Foodservice Management Society of Korea	0	1	2	0	2	1	0	0	0	6
The Culinary Society of Korean Academy	0	0	1	0	3	0	0	0	1	5
Korean Academic Society of Hospitality Administration	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
Total	0	1	3	0	5	4	5	4	4	26

〈Table 4〉 Type of research subjects in the studies on the service quality in Korean restaurants reported in academic journal as analytical subjects

No.	Research subjects	Sample subjects		Total
		Domestic people	Foreigners	
1	Specialized Korean restaurants in metropolitan area	Park YR (2001)		10
		Park DS & Kim YH (2002)	Seo KH & Shin MJ (2006)	
		Kim et al. (2004)	Lee MA & Kim SA (2006)	
		Kim et al. (2004)	Won et al. (2006)	
		Jung YJ & Choi DJ (2004)	Jeon et al. (2007)	
		Kim MH (2005)		
2	Specialized Korean restaurants except metropolitan area	Lee et al (2005)		4
		Sung TJ & Lee SA (2004)		
		Chun BG & Choi SK (2002)		
		Min KH (2007)		
3	Korean restaurants in deluxe hotels	Lee HJ (2004)	Lee et al. (2005)	3
		Min KH (2008)		
4	General restaurants (selling Korean food)	Han KS (2002)		9
		Cho YB & Park JH (2005)		
		Lee et al. (2006)		
		Kim et al. (2006)	Lee SJ & Chae IS (2008)	
		Kang JH & Ko BS (2007a)		
		Kang JH & Ko BS (2007b)		
		Kang JH & Ko BS (2008)		
Cho et al. (2008)				

2004년 이후부터 뚜렷한 증가세를 보이는 것으로 나타났다.

또한, 한식당 서비스 품질과 관련된 연구의 연구 대상 유형은 〈Table 4〉와 같았는데, 수도권 지역의 100석 이상 중·대형 규모의 전문 한식당을 대상으로 한 연구는 총 10편으로 이 중 내국인을 대상으로 한 연구는 6편, 외국인 대상 연구는 4편이었으며, 수도권 이외 지역의 100석 이상 중·대형 규모 한식당을 대상으로 한 연구는 내국인을 대상으로 한 연구만 4편이었다. 또한, 특급 호텔 한식당을 대상으로 한 연구는 내국인 대상 2편, 외국인 대상 1편이었으며, 다양한 종류의 한식을 판매하는 일반 소규모 한식당을 대상으로 한 연구로 내국인 대상은 8편, 외국인 대상은 1편인 것으로 조사되었다.

2. 서비스 품질 측정 척도 분석

국내 분석 대상 학술지에 게재된 논문으로 한

식당 서비스 품질을 측정하기 위해 사용된 척도 유형은 〈Table 5〉와 같다. 한식당 서비스 품질을 고찰하기 위해 게재된 총 15편의 논문 중에서 가장 높은 빈도를 기록한 측정 척도는 Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL로 총 3편이 사용하였는데, 그 중에서도 Parasuraman et al.(1988)이 제안한 5개 요인(유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성)의 22개 차원으로 측정된 연구는 김순진 등(2004)의 연구가 유일하였으며, 박유라(2001), 민계홍(2008) 등의 연구에서는 SERVQUAL을 기초로 하여 각각 5개 요인과 3개 요인으로 변형하여 한식당의 서비스 품질을 측정하였다. 그 다음으로는 SERVQUAL을 기본으로 하여 레스토랑에 적합하도록 설계된 Stevens et al.(1995)의 DINESERV로 총 2편이었으며, 김태희 등(2004)은 Stevens et al.(1995)이 제안한 5개 요인(유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성)의 29개 차원을 그대로 차용하여 측정하였지만, 전인순 등(2007)은 이 중

〈Table 5〉 Type of scales used in measuring the service quality in Korean restaurants in academic journals as domestic analytical subjects

No	Scale of measurement	Author	No. of items (adopted items)	Factors(items)	Total
1	Parasuraman et al. (1988) SERVQUAL	Park YR (2001)	34	Human service(10), atmosphere(9), price · reliability(6), additional service(4), conditions of location(5)	3
		Kim et al. (2004)	22 (21)	Tangibility(4), reliability(4), responsiveness(4), assurance (4), empathy(5)	
		Min KH (2008)	24 (18)	Human service(5), physical evidence service(7), menu service(6)	
2	Stevens et al. (1995) DINESERV	Kim et al. (2004)	27	Tangibility(9), reliability(4), responsiveness(4), assurance (6), empathy(4)	2
		Jeon et al. (2007)	24 (18)	Tangibility(5), reliability(6), responsiveness(3), assurance (4)	
3	Brady & Cronin (2001)	Chun BG & Choi SK (2002)	20	Human service(7), cleanness · function(6), food quality (4), atmosphere(3)	1
4	Baker et al. (1994)	Lee et al. (2005)	7	Employee quality(4), menu quality(3)	1
5	Cronin & Taylor (1992)	Lee et al. (2006)	24	Information(5), service · sanitation(5), convenience(5), conditions of location(5), responsiveness(4)	1
6	Others (No mention of a scale)	Park DS & Kim YH (2002)	44	Product(9), physical evidence(6), participant(7), promotion (4), price(3), place(7), process(7)	7
		Sung TJ & Lee SA (2004)	19	Service(8), food quality(4), design(3), atmosphere(4)	
		Cho YB & Park JH (2005)	27	No result of the factor analysis	
		Seo KH & Shin MJ (2006)	20 (19)	Food quality(9), sanitation(4), interior environment(3), service(3)	
		Kim et al. (2006)	25	Employee(5), food(5), sanitation(5), physical evidence (5), convenience(5)	
		Lee MA & Kim SA (2006)	29 (28)	Sanitation(5), food(8), atmosphere(9), service(6)	
	Won et al. (2006)	11	No result of the factor analysis		

공감성을 삭제한 4개 요인(24개 차원)으로 측정하였다. 그 외 한식당 서비스 품질 측정에 사용된 척도로 전병길과 최수근(2002)은 Brady & Cronin (2001)의 연구를 바탕으로 4개 요인(인적 서비스, 기능적 서비스, 식품 품질, 대기 환경)의 20개 차원으로 측정하였으며, 이금례 등(2005)은 Baker et al.(1994) 등의 연구를 바탕으로 2개 요인(인적 품질, 메뉴 품질)의 7개 차원으로 측정하였고, 이봉구 등(2006)은 Cronin & Taylor(1992)의 연구

를 바탕으로 5개 요인(정보, 서비스, 편의성, 입지성, 반응성)의 24개 차원을 사용하여 연구하였다. 기타에 언급된 7편의 연구에서는 명확하게 서비스 품질의 측정 척도를 언급하지 않고 다양한 선행 연구를 통해 도출된 척도를 혼합하여 한식당의 서비스 품질을 측정하는 것으로 나타났다.

한식당의 서비스 품질을 측정하기 위해 사용된 측정 척도의 유형을 조사하고 비교하기 위해 환대산업과 관련된 SSCI급 학술지 중 International

Journal of Hospitality Management를 선정하였으며, 해당 학술지에 게재된 호텔·레스토랑의 서비스 품질 측정에 사용된 척도를 조사한 결과는 <Table 6>과 같다.

조사 결과, 1990년 이후 서비스 품질과 관련하여 게재된 총 13편의 논문 중 7편이 Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL을 사용하였는데, Armstrong

et al.(1997)의 연구에서는 SERVQUAL의 5개 요인(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)의 22개 차원을 그대로 차용하여 측정하였고, Wilkins et al.(2007)은 Parasuraman et al.(1994)의 SERVQUAL에 Cronin & Taylor(1994)와 Teas(1994)의 연구에서 사용된 척도를 보완하여 7개 요인(편리성, 인적 서비스, 개인화, 룸 서비스, 신속한 서비스, 부

<Table 6> Type of scales used in measuring the service quality of hotels & restaurants in academic journals as foreign analytical subjects*

No	Scale of measurement	Author	No. of items (adopted items)	Factors(items)	Total
1	Parasuraman et al. (1985; 1988; 1994) SERVQUAL	Wilkins et al. (2007)	63 (30)	Stylish comfort(5), quality staff(5), personalization(4), room quality(4), speedy service(4), added extras(4), quality food and beverage(4)	6
		Akbaba (2006)	29 (25)	Tangibles(6), adequacy in service quality supply(7), understanding/caring(5), assurance(4), convenience(3)	
		Ekinci et al. (2003)	15 (13)	Intangibles(8), tangibles(5)	
		Oh (1999)	8	Guestroom cleanliness, check-in speed, knowledgeable employees, cleanliness of lobby areas, guestroom quietness, security and safety, employee friendliness, guestroom items in working order	
		Armstrong et al. (1997)	22	Tangibles(4), reliability(5), responsiveness(4), assurance (4), empathy(5)	
		Callan (1990)	25	Reliability(5), responsiveness(4), competence(4), access(4), courtesy(5)	
2	Stevens et al. (1995) DINESERV	Kim et al. (2009)	18	Food quality(4), service quality(5), price value(4), atmosphere (3), convenience(2)	2
		Ladhari et al. (2008)	29	Tangibles(10), reliability(5), responsiveness(3), assurance (6), empathy(5)	
3	Brady & Cronin (2001)	Chow et al. (2007)	6	Interaction quality(2), physical quality(2), technical quality(2)	2
		McCain et al. (2005)	16	Functional quality(5), technical quality(11)	
4	Others	Liu & Jang (2009)	7	Employees are friendly and helpful, employees are attentive, employees have knowledge of the menu, service is prompt, service is dependable and consist, employees serve food exactly as ordered, employees provided an accurate guest check	2
		Kim & Moon (2009)	3	The overall quality of this restaurant is poor-excellent this restaurant is much worse than I expected-much better than I expected this restaurant is much not at all what it should be just what it should be	

*International Journal of Hospitality Management

가 서비스, 식음료 품질)의 30개 차원으로 서비스 품질을 고찰하였다. Callan(1999)과 Akbaba(2006)은 Parasuraman et al.(1988)의 연구를 종합하여 5개 요인(25개 차원)으로 측정하였고, Ekinci et al.(2003)의 연구에서는 Cronin & Taylor(1992)와 Spreng & Mackoy(1996)에서 사용된 척도를 보완하여 2개 요인(유형성, 무형성)의 13개 차원으로 구성된 수정된 SERVQUAL을 적용하였으며, Oh(1999)의 연구에서도 Parasuraman et al.(1994)의 SERVQUAL에 Hartline & Ferrell(1996)과 Knuston(1988)의 연구에서 사용된 척도를 보완하여 8개 차원으로 서비스 품질을 측정하였다.

그 다음으로 Stevens et al.(1995)의 DINESERV를 사용하여 이뤄진 연구는 총 2편이었는데, Ladhari et al.(2008)의 연구에서는 5개 요인(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)의 DINESERV 원형 그대로 29개 차원으로 레스토랑 서비스 품질을 측정하였으며, 가장 최근의 연구로 Kim et al.(2009)은 DINESERV를 기본으로 Shoemaker's(1998), Kivela et al.(1999), Yuksel & Yuksel(2002)의 연구에서 사용된 척도를 보완하여 5개 요인(식품 품질, 인적 서비스, 가격 가치, 물리적 환경, 편의성)의 18개 차원으로 측정하였다. 또한 Brady & Cronin(2001)의 연구에서 사용된 척도로 이뤄진 연구도 2편이 있었는데, Chow et al.(2007)은 3개 요인(상호작용 품질, 물리적 품질, 제도적 품질)의 6개 차원으로 측정하였으며, McCain et al.(2005)은 Brady & Cronin(2001)의 척도에 Murgulets et al.(2002)의 연구를 보완하여 2개 요인(기능적 품질, 제도적 품질)의 16개 차원으로 측정하였다. 그 외 서비스 품질과 관련된 연구로 Liu & Jang(2009)은 Service-related attribute 측정을 위해 Kivela et al.(1999)과 Andaleeb & Conway(2006)의 연구를 보완하여 7개 차원으로 측정하였으며, Kim & Moon(2009)은 Wakefield & Blodgett(1996)의 연구를 인용하면서 3개 차원으로 인지된 서비스 품질을 측정하였다.

이러한 결과를 통해 국내 연구에서와 같이 국외

연구에서도 서비스 품질의 측정을 위해 Parasuraman et al.(1985; 1988; 1994)의 SERVQUAL을 사용하여 이뤄진 연구가 다수를 차지하였으나, 2005년 이후 비교적 최근의 연구들의 경우에는 서비스 품질의 측정을 위해 SERVQUAL에만 국한하여 사용하지 않고 다양한 선행 연구를 통해 레스토랑의 특징적인 성향이 반영된 변형-척도를 이용하여 연구가 이뤄지고 있는 것으로 나타났다.

3. 서비스 품질 관련 연구 결과 분석을 통한 연구 동향 고찰

국내 분석 대상 학술지의 한식당 서비스 품질 관련되어 이뤄진 대부분의 연구들이 한식당 방문객의 인지된 서비스 품질이 만족도 및 재방문 의도 등 해당 레스토랑에 대한 고객의 반응에 미치는 영향에 대해 고찰하였는데, 내국인을 대상으로 한 연구 중 박유라(2001)는 서울 지역 중저가 한식당을 대상으로 한식당의 서비스 품질이 만족도에 미치는 영향을 고찰한 결과, 종사원에 의한 서비스가 만족도 형성에 가장 크게 기여한다고 하였으며, 한경수(2002)는 수도권 지역 한식 프랜차이즈 음식점의 서비스 속성 중 영양적 균형과 가격이 만족에 가장 큰 영향을 준다고 하였다. 또한, 전병길과 최수근(2002)의 연구에서는 경주 지역 한식당의 서비스 품질 중 상품성이 만족도와 재방문 의도에 가장 큰 영향을 준다고 하였으며, 김순진 등(2004)은 서울 지역 100석 이상 전문 한식당 방문 고객의 서비스 품질을 측정된 결과 유형성, 반응성, 확신성이 고객 만족도에 유의한 영향을 주었으며 이 중 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 의지와 관련된 반응성이 가장 큰 영향력을 지닌다고 하였다. 김태희 등(2004)도 수도권 지역 한식당 고객의 인지된 서비스 품질 중 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 등이 모두 고객 만족도에 유의한 영향을 주었지만, 그 중 고객에 대한 세심한 배려 및 관심과 관련된 공감성과 직원의 지식과 친절을 전달할 수 있는 확신성이 고객 만족도에 가장 큰 영향을 준다고 하였

고, 성태종과 이순애(2004)는 경주 지역 한식당의 서비스 품질 중 서비스성과 상품성이 만족도에 가장 큰 영향력을 가진다고 하였다. 정영주와 최덕주(2004)의 연구에서는 서울 지역 한식 레스토랑을 대상으로 음식의 본질성, 고객 이해 등의 요인이 레스토랑 선택에 가장 큰 영향을 주는 요인이라고 하였으며, 김명희(2005)는 서울 지역 한식 레스토랑을 대상으로 한식 메뉴의 품질 속성 중 영양 요인이 고객 만족도에 가장 큰 영향을 주고, 이금례 등(2005)은 경북 지역 한식당의 인지된 서비스 품질 중 중사원 품질과 식음료 품질이 재방문에 유의한 영향을 주었지만, 식음료 품질이 더 큰 영향력을 지닌다고 하였다. 이봉구 등(2006)도 한식당 고객의 인지된 서비스 품질 중 정보 획득, 서비스 및 청결, 신속한 종업원 응대가 만족도에 유의한 영향을 주었지만, 신속한 종업원 응대가 가장 큰 영향을 주었으며, 민계홍(2007)은 전주 지역 한식당을 대상으로 서비스 품질 중 접근성, 유형성이 만족도에 유의한 영향을 준다고 하였다. 특급 호텔 한식당 방문 고객을 대상으로 한 민계홍(2008)의 연구에서도 인적 서비스와 메뉴 서비스가 만족도에 유의한 영향을 주었는데, 재방문에 영향을 주는 요소로는 메뉴 서비스라고 하였으며, 조성호 등(2008)은 경기 북부 지역 일반 한식당의 서비스 선택 속성 중 메뉴, 서비스, 편리성이 고객 만족도에 가장 큰 영향을 준다고 하였다.

그 외 일반적인 특성에 따른 차이에 관한 연구로 박대섭과 김영환(2002), 이현주(2004), 조용범과 박종훈(2005), 김태형(2006) 등의 연구에서는 응답자의 일반적인 특성에 따라 인지된 서비스 품질의 유형과 메뉴 선택 행동에는 상이한 차이를 고찰하였으며, 강중헌과 고범석(2007a; 2007b; 2008)은 남해안 지역 관광지 한식당의 서비스 품질, 만족도, 충성도와의 인과관계를 검증하였다.

외국인을 대상으로 서비스 품질과 고객 반응과의 인과관계를 고찰한 연구로 서경화와 신민자(2006)는 일본 및 중국 유학생이 인지하는 한식당 서비스 품질 중 음식 품질이 만족도에 가장 큰

영향을 주었으며, 전인순 등(2007)은 수도권 지역 관광전문 한식당을 방문한 외국인을 대상으로 한 연구에서 인지된 서비스 품질 중 유형성, 신뢰성, 친절성, 확산성 등의 요인이 고객 만족도에 유의한 영향을 주었는데, 특히 확산성과 신뢰성이 가장 높은 영향력을 지닌다고 하였다. 그 외 일반적인 특성에 따른 차이 연구로 경주·부산 지역의 특급 호텔 한식당을 방문한 일본인 관광객을 대상으로 한 이연정 등(2005), 중국인 관광객을 대상으로 한 원대영 등(2006), 미국·일본·중국인 관광객을 대상으로 한 이민아와 김선아(2006), 재미 한식당의 외국인 고객을 대상으로 한 이소정과 채인숙(2008) 등의 연구에서 응답자의 일반적인 특성에 따라 한식당의 서비스 품질에 대한 차이를 고찰하였다.

이와 같이 국내 분석 대상 학술지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 연구 중 총 15편이 한식당 방문객의 인지된 서비스 품질과 만족도 및 재방문 의도 등 해당 레스토랑에 대한 고객의 반응에 대한 인과관계를 고찰하였으며, 일반적인 특성에 따른 차이와 관련된 연구는 7편, 기타의 연구가 3편 인 것으로 조사되었다.

국외 분석 대상 학술지(International Journal of Hospitality Management)의 호텔·레스토랑 서비스 품질 관련 논문의 연구를 고찰한 결과, 대부분의 연구들이 호텔·레스토랑 고객의 인지된 서비스 품질과 만족도 및 재방문 의도와 인과관계를 고찰한 연구로, Oh(1999)는 미국 북동부의 특급 호텔 방문객으로 대상으로 측정한 결과, 방문객의 인지된 서비스 품질은 고객 만족도 및 고객 가치에 유의한 영향을 준다고 하였으며, Ekinci et al.(2003)은 그리스 크레타 섬의 숙박시설을 방문한 방문객의 인지된 서비스 품질 중 무형적인 서비스 품질이 유형적인 요소보다 만족도에 더 크게 기여한다고 하였다. 또한, 미국 라스베이거스의 카지노 호텔을 대상으로 한 McCain et al.(2005)의 연구에서는 고객과 직원의 상호작용을 의미하는 기능적 품질이 제도적 품질보다 고객 충

성도와 더욱 밀접한 관련이 있다고 하였고, Chow et al.(2007)은 중국 광저우의 폴-서비스 레스토랑 고객을 대상으로 한 연구에서 인지된 서비스 품질 중 상호작용 품질과 물리적 품질이 고객 만족도 및 재방문 빈도에 긍정적인 영향을 준다고 하였다. Kim et al.(2009)의 연구에서도 미국 내 대학에 존재하는 대학 레스토랑 시설의 인지된 서비스 품질 중 식품 품질, 환경, 서비스 품질, 편의성, 가격과 가치 등의 요인이 고객 만족도와 재방문 의도에 유의한 영향을 준다고 하였으며, Liu & Jang(2009)도 미국 내 중국 레스토랑의 서비스 품질 중에서 음식의 맛, 서비스 신뢰성과 환경적

청결성이 고객 만족도 및 행동 의도에 유의한 영향을 주는 요소라고 하였다. 한편, 서비스 품질과 행동 의도와의 직접적인 인과관계를 고찰한 연구는 아니지만 Ladhari et al.(2008)의 연구에서는 미국 내 다이닝 레스토랑을 대상으로 인지된 서비스 품질과 만족도에 미치는 영향을 고찰한 결과, 서비스 품질과 만족도의 인과관계는 감정의 조절효과에서 기인된다고 하였고, Kim & Moon(2009)은 캐나다 테마 레스토랑의 물리적 환경이 긍정적인 서비스 품질을 초래하며, 이는 결과적으로 만족도와 재방문 의도에 유의한 영향을 준다고 하였다.

<Table 7> Type of elements related to the service quality that has influence upon customer reaction (customer satisfaction, value, revisit intention) reported in academic journals as the analytical subjects at home and abroad

No	Research subjects	Author	Physical quality	Interaction quality	Technical quality	Others
1		Park YR(2001)		Human service		
2		Han KS(2002)			Nutrition	Price
3		Chun BG & Choi SK(2002)			Food quality	
4		Kim et al.(2004)	Tangibility	Responsiveness, assurance		
5		Kim et al.(2004)	Tangibility	Reliability, responsiveness, assurance, empathy		
6		Sung TJ & Lee SA(2004)		Service	Food quality	
7	Studies related to domestic Korean restaurants	Jung YJ & Choi DJ(2004)		Empathy	Food quality	
8		Kim MH(2005)			Nutrition	
9		Lee GR et al.(2005)		Employee quality	Menu quality	
10		Seo KH & Shin MJ(2006)			Food quality	
11		Lee et al.(2006)	Sanitation	Responsiveness		Information
12		Jeon et al.(2007)	Tangibility	Reliability, responsiveness, assurance		
13		Min KH(2007)	Tangibility conditions of location			
14		Min KH(2008)		Human service	Menu service	
15		Cho et al.(2008)	Convenience	Human service	Menu service	
16	Studies related to foreign hotels and restaurants	Ekinci et al.(2003)		Intangibility		
17		McCain et al.(2005)		Interaction quality		
18		Chow et al.(2007)	Physical quality	Interaction quality		
19		Kim et al.(2009)	Convenience	Service quality	Food quality	Price value
20		Liu & Jang(2009)	Sanitation	Reliability	Food taste	

그 외 연구로 홍콩 내 특급 호텔 방문객을 대상으로 한 Callan(1990), 호주 론서스톤의 다이닝 레스토랑을 대상으로 한 Armstrong et al.(1997), 터키 비즈니스 호텔을 대상으로 한 Akbaba(2006)의 연구에서는 서비스 품질의 인지도와 기대도에 대한 IPA를 통해 응답자의 기대와 만족의 차이점을 고찰하면서 호텔과 레스토랑의 서비스 품질에 대한 시사점을 제공하였으며, Wilkins et al.(2007)은 호주 퀸즈랜드 내 특급 호텔의 서비스 품질을 측정하여 물리적 제품, 서비스 경험, 메뉴 품질의 3가지 차원으로 요인화하였다.

이와 같이 International Journal of Hospitality Management에 게재된 호텔·레스토랑 서비스 품질 관련 연구 중 총 6편이 방문객의 인지된 서비스 품질과 만족도 및 재방문 의도 등 해당 기업에 대한 고객의 반응에 대한 인과관계를 고찰하였으며, IPA 관련 연구가 3편, 기타의 연구가 3편인 것으로 조사되었다.

또한 분석 대상 학술지에 게재된 고객 행동(고객 만족도, 가치, 재방문 의도)에 영향을 주는 서비스 품질 요인을 나열한 결과는 <Table 7>과 같다. Brady & Cronin(2001)의 서비스 품질을 근거로 하여 국내 한식당의 서비스 품질을 측정하는 연구들을 물리적 품질(physical quality), 상호작용 품질(interaction quality), 전문적 품질(technical quality)로 구분하였으며, 고객 만족도나 재방문 의도에 가장 긍정적인 영향을 미치는 한식당의 서비스 품질로 국내 연구들은 직원과 고객 간의 상호작용 품질, 전반적인 메뉴의 품질을 포함하고 있는 전문적 품질, 유형성을 포함한 물리적 환경 등의 순으로 영향을 미친다는 결과를 도출하였고, 국외 호텔·레스토랑을 대상으로 한 연구들에서도 상호작용 품질이 고객 반응을 좌우하는 가장 중요한 요소로 언급하고 있었다.

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 2000~2008년 국내 주요 학술

지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 연구 논문을 분석하였으며, 국외 학술지에 게재된 호텔·레스토랑 서비스 품질을 측정하는 연구 결과와 비교하고 이를 통해 나타난 특성을 살펴봄으로써 최근 한식당 서비스 품질 연구의 흐름과 특징을 파악하고자 하였다.

결론은 다음과 같다.

첫째, 전국 규모의 식품, 조리, 외식, 관광 관련 전문 학술지 중 선정된 7개의 등재 학술지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 연구는 2000~2008년 동안 총 26편이었으며, 2004년 이후 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이는 2000년 이후 학술지의 발간 횟수가 증가함으로써 게재된 논문의 수가 많아진 원인도 있겠지만, 한국음식과 관련되어 대두된 국가적이고 학문적인 관심이 반영된 결과라고 할 수 있으며, 학술지별로는 한국식생활문화학회(7편)와 한국외식경영학회(6편)가 가장 많았다. 연구 대상 유형으로는 100석 이상 중·대형 규모의 전문 한식당을 대상으로 한 연구 14편, 특급 호텔 한식당을 대상으로 한 연구 3편, 일반 소규모 한식당을 대상으로 한 연구 9편 등으로 나타났는데, 연구 대상의 경향성을 살펴보면 총 14편의 연구가 100석 이상 중·대형 규모의 한식당을 대상으로 한 것으로 조사되어 최근 한식당의 프랜차이즈화를 통한 중·대형화 추세가 반영된 것으로 판단할 수 있겠다.

둘째, 방법론적인 측면에서 한식당의 서비스 품질 측정에 사용된 척도 유형을 조사한 결과, 가장 빈번하게 사용된 척도는 Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL로 총 3편의 연구에서 사용되었으며, 그 다음으로 Stevens et al.(1995)의 DINESERV 2편, Brady & Cronin(2001)의 척도 1편, Baker et al.(1994)의 척도 1편, Cronin & Taylor(1992)의 척도 1편 등의 순으로 조사되었고, 기타 7편의 연구들은 서비스 품질 측정에 사용된 척도를 명확하게 언급하지 않은 것으로 나타났다. 또한, 한식당의 서비스 품질 측정에 사용된 측정 척도의 유형을 비교하기 위해 SSCI급 학술지 중 International

Journal of Hospitality Management를 선정하여 해당 학술지에 게재된 호텔·레스토랑의 서비스 품질 측정에 사용된 척도를 고찰한 결과, 1990년 이후 서비스 품질과 관련되어 게재된 총 13편의 논문 중 7편이 Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL을 사용하였고, Stevens et al.(1995)의 DINESERV 2편, Brady & Cronin(2001)의 척도 2편, 기타 2편 등의 순으로 조사되었다. 이러한 결과를 통해 국내 연구에서와 마찬가지로 국외 연구에서도 서비스 품질의 측정을 위해 SERVQUAL을 사용하여 이뤄진 연구가 가장 많은 빈도를 차지하였으나, 2005년 이후 비교적 최근의 연구들의 경우에는 국내·외를 불문하고 서비스 품질의 측정을 위한 척도가 SERVQUAL에만 국한되지 않고, 다양한 선행 연구를 통해 레스토랑의 특징적인 요소들이 반영되어 수정된 척도를 이용한 연구가 이뤄지고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 내용적인 측면에서 한식당의 서비스 품질과 관련된 연구 결과를 통해 연구 동향을 고찰한 결과, 국내 분석 대상 학술지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 연구 중 총 15편이 한식당 방문객의 인지된 서비스 품질과 만족도 및 재방문 의도 등 해당 레스토랑에 대한 고객의 행동 반응과의 인과관계를 고찰하였으며, 일반적인 특성에 따른 차이와 관련된 연구는 7편, 기타의 연구가 3편인 것으로 나타났다. 분석 결과, 한식당의 서비스 품질과 고객 반응과의 인과관계를 고찰한 국내 연구들은 직원과 고객 간의 상호작용 품질, 전반적인 메뉴의 품질을 포함하고 있는 전문적 품질, 유형성을 포함한 물리적 환경 등의 순으로 고객 만족도나 재방문 의도에 긍정적인 영향을 준다고 하여 한식당의 방문객은 일반적으로 인지된 서비스 품질로 직원과 고객 간의 상호작용 품질을 가장 중요하게 인식하는 것으로 조사되었다. 한편, International Journal of Hospitality Management에 게재된 호텔·레스토랑 서비스 품질 관련 연구 중 총 6편이 방문객의 인지된 서비스 품질과 만족도 및 재방문 의도 등 해당 기업에 대한 고객의

반응에 대한 인과관계를 고찰하였으며, IPA 관련 연구가 3편, 기타의 연구가 3편 등이었다. 더불어 국외 호텔·레스토랑을 대상으로 한 연구들에서도 상호작용 품질을 가장 중요한 요소라고 하였으며, 그 다음으로는 편의성과 청결성을 포함한 물리적 품질과 전문적 품질 등의 순이라고 하여, 국내 한식당을 대상으로 한 선행 연구에서 응답자에게 인지되는 중요한 서비스 품질로 상호작용 품질을 언급함으로써 유사한 결과를 보이는 것으로 나타났다.

결과적으로 분석 대상 7개 학술지에 게재된 2000~2008년간 한식당의 서비스 품질과 관련된 26편의 연구 중 Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL을 사용한 3편, Stevens et al.(1995)의 DINESERV를 사용한 2편, Brady & Cronin(2001)의 척도를 사용한 1편, Baker et al.(1994)의 척도를 사용한 1편, Cronin & Taylor(1992)의 연구를 바탕으로 한 1편 등을 포함하여 오직 8편(30.7%)만이 명확한 척도의 적용을 통해 연구를 진행하였으며, 나머지 연구들에서는 복합적인 개념으로 다양한 출처를 통해 인용된 척도로서 서비스 품질을 측정하는 것으로 조사되었다. 특히 본 연구를 수행하면서 연구 방법에 대해 분명하게 기술되지 않는 논문들을 자주 접할 수 있었고, 이러한 점이 연구를 진행하는데 있어서 어려운 점의 하나로 작용하였다. 이러한 문제점은 연구의 결과뿐만 아니라 연구 방법이 전파되고 또한 명확한 정보 교환을 통해 연구 결과가 축적되어야 학문 분야가 체계적으로 발전할 수 있다는 점을 고려할 때 향후 시급히 개선되어야 할 점으로 판단된다. 따라서 한식당 서비스 품질 고찰을 통한 제도적 연구를 위해서는 선행 연구를 통해 체계적으로 검증된 척도로서 고객의 인지된 서비스 품질을 파악하는 것이 우선적으로 시행되어야 하며, 2005년 이후 최근 국외에서 수행되고 있는 서비스 품질과 관련된 연구들에서 서비스 품질의 측정을 위해 SERVQUAL과 DINESERV에만 국한하여 사용하지 않고, 메뉴 품질과 관련된 요소 및 물리적 환경 등 레스토랑

량의 특징적인 성향이 반영된 변형된 척도를 이용하여 연구가 이뤄지고 있는 점을 감안할 때 연구 방법적인 측면에서도 다양성을 모색하고, 연구 주제와 성격에 적합한 연구 방법을 시도해야 할 것으로 사료된다. 또한, 국내 한식당 서비스 품질과 관련된 대부분의 연구들이 고객의 인지된 서비스 품질과 만족도, 행동 의도의 인과관계 고찰과 같은 특정 주제에 집중된 경향을 보이고 있었으므로, *International Journal of Hospitality Management* 에서 최근 발표된 Ladhari et al.(2008)의 연구와 같이 고객의 인지된 서비스 품질과 만족도, 행동 의도간의 직접적인 관계를 검증하기보다는 두 변수 사이에서 조절 역할이나 매개 역할을 수행하는 변수들을 추가적으로 고찰하거나, Kim & Moon(2009)의 연구처럼, 긍정적인 서비스 품질을 초래하는 선행 변수를 검증함으로써 창의적인 연구주제를 통해 한식당의 세계화를 위한 보다 실질적인 연구들이 필요할 것으로 여겨진다.

본 연구는 연구 제목 및 키워드에 한식당, 서비스 품질을 포함하고 있는 연구를 분석 대상으로 선정하였기 때문에 비록 한식당, 서비스 품질이라는 변인명이 드러나지 않았더라도 연구의 대상으로 한식당을 선정한 연구가 수행되었을 가능성을 배제할 수 없다. 또한, 전국 규모의 식품, 조리, 외식, 관광 관련 전문학술지 7개를 대상으로 논문을 선별하였으므로 본 연구에서 선정하지 않았던 학술지 분야나 학술지에서 한식당 서비스 품질 관련 연구가 발표되었을 경우 포함되지 못했던 점이 본 연구의 한계점으로 사료된다. 더불어 한식당 서비스 품질과 관련되어 이뤄진 연구 논문의 발표(게재) 건수가 타 주제들에 비해 적고 10년이라는 짧은 분석 기간으로 말미암아 뚜렷한 연구 경향을 찾을 수 없었던 부분 역시 한계점으로 작용할 수 있겠다. 또한 식품, 조리, 외식, 관광 관련 학술지가 아닌 다른 학문 분야의 학술지에도 찾을 수 없었던 주제를 다른 논문들이 발표되었을 가능성도 존재하며, 그런 논문도 포함되어 분석되면 찾을 수 없었던 분야에 대해 좀 더 정확

한 정보를 제공할 수 있었을 것으로 판단된다. 그러나 이와 같은 연구의 제한점에도 불구하고 본 연구는 한식당의 서비스 품질이라는 특정한 변인에 초점을 두고, 우리나라의 주요 학술지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 연구들을 선정하여 그 연구의 내용과 방법론적 측면에서 연구 경향을 분석하였으며, 이를 통해 추후 한식당의 서비스 품질 관련 연구가 좀 더 체계적이고 학문적 정체성을 확립하기 위한 기초 작업이라는 점에서 의의를 찾을 수 있을 것으로 여겨진다.

한글초록

본 연구에서는 국내 식품, 조리, 외식, 관광 관련 대표 학술지에 게재된 한식당의 서비스 품질 관련 논문 분석을 통해서 한식당 서비스 품질 연구의 학문적 경향을 고찰하고자 하였다. 연구 결과, 선정된 7개의 학술지에 게재된 한식당 서비스 품질 관련 연구는 2000~2008년 동안 총 26편이었으며, 그 중 100석 이상 규모의 중·대형 전문 한식당을 대상으로 한 연구가 14편을 차지하였다. 방법론적인 측면에서 한식당의 서비스 품질 측정에 가장 빈번하게 사용된 척도는 Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL, Stevens et al.(1995)의 DINESERV, Brady & Cronin(2001) 등의 척도로 나타났다. 내용적인 측면에서 한식당의 서비스 품질과 관련된 연구 동향을 고찰한 결과, 고객의 인지된 서비스 품질 중 직원과 고객 간의 상호작용 품질이 물리적 품질이나 전문적 품질보다 고객의 행동 반응에 더 큰 영향력을 지니는 것으로 조사되었다. 이러한 결과를 통해, 한식당 서비스 품질 고찰을 통한 제도적 연구를 위해서는 체계적으로 검증된 척도로써 고객의 인지된 서비스 품질을 파악하는 것이 우선적으로 시행되어야 하며, 연구 방법론에 있어서도 다양성을 모색하고, 연구 주제에 적합한 연구 방법을 시도해야 할 것으로 판단된다. 또한, 국내 한식당 서비스 품질과 관련된 대부분의 연구들이 고객의 인지된 서비스 품질

질과 만족도, 행동 의도의 인과관계 고찰과 같은 특정 주제에 집중된 경향을 보이고 있었으므로, 이러한 경향에서 벗어나기 위해서는 창의적인 연구 주제를 발굴하고 다양하고 과학적인 분석방법을 설계하는 것이 필요할 것으로 여겨진다.

감사의 글

본 논문은 농촌진흥청 농업경영공동연구사업(과제번호 20090201-037-017-001-04-00)에서 연구비를 지원받았습니다.

참고문헌

1. 강중헌·고범석a (2007). 남해안 지역 음식점들의 서비스 품질, 지각된 가치와 만족도의 평가. *동아시아식생활문화학회지* 17(3):417-424.
2. 강중헌·고범석b (2007). 남해안 지역 음식점의 서비스 품질과 충성도의 관계에 영향을 미치는 매개변수의 효과 평가. *한국식생활문화학회지* 22(3):303-308.
3. 강중헌·고범석 (2008). 남해안 관광지 식당의 음식서비스에 대한 내국인 관광객들의 가치 지각에 영향을 주는 요인 분석. *한국식생활문화학회지* 23(1):48-54.
4. 김명희 (2005). 한식 메뉴 상품 품질 평가에 관한 연구. *외식경영연구* 8(2):173-192.
5. 김선정·이나영·장혜자·곽동경 (2008). 한식당의 위생관리 현황 평가 및 위험요인 중심의 위생교육용 포스터 개발. *한국식생활문화학회지* 23(5):582-594.
6. 김순진·신재영·김은희 (2004). 외식산업 서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향: 한식당을 중심으로. *외식경영연구* 7(1):67-82.
7. 김재수 (2005). 한국음식의 국제화방안. *한국식생활문화학회지* 20(5):499-507.
8. 김태형·이영미·오유진 (2006). 서울 경기 지역 냉면전문점의 서비스 품질에 대한 중요도 평가. *한국식생활문화학회지* 22(1):22-31.
9. 김태희·이묘숙·최동주 (2004). DINESERV를 이용한 한식당의 서비스 품질에 관한 연구. *외식경영연구* 7(3):7-25.
10. 농수산물유통공사 (2009). 농수산물수출입뉴스 1043호(4월 10일자) 1면.
11. 민계홍 (2007). 외식업체의 서비스 품질이 고객 만족도 및 재방문에 미치는 영향: 전주지역을 중심으로. *한국식품조리과학회지* 23(5):677-684.
12. 민계홍 (2008). 호텔 한식당의 서비스 품질이 고객 만족도, 재방문 의도, 구전 커뮤니케이션에 미치는 영향. *한국식품조리과학회지* 24(6):780-787.
13. 박대섭·김영환 (2002). 한식 전문 레스토랑의 서비스 품질 비교 연구. *한국조리학회지* 8(3):57-72.
14. 박유라 (2001). 한식당의 서비스 품질 만족도 분석에 관한 연구. *외식경영연구* 4(2):53-71.
15. 서경화·신민자 (2006). 일본 중국 유학생의 한식당의 서비스 품질 요인에 관한 중요도 및 만족도. *동아시아식생활학회지* 16(6):753-762.
16. 성태종·이순애 (2004). 경주 지역 한식당(韓食堂) 이용객의 서비스 품질지각에 관한 연구. *한국조리학회지* 10(3):97-118.
17. 세계경영연구원 (2008). The Global Standard Review : 외식산업 세계 제패한 일본 음식에 문화를 입혀라, 4월 23일(http://www.globalstandard.or.kr/bbs/board.php?bo_table=article05&wr_id=98)
18. 원대영·이행순·이수범 (2006). 중국 관광객의 한국음식 및 서비스 기대 불일치가 만족에 미치는 영향. *호텔경영학연구* 15(5):169-182.
19. 이경란·이종미·조미숙 (2008). 스웨덴 대학생의 아시아 음식에 대한 인식 연구: 태국, 중국, 일본 그리고 한국음식을 중심으로. *한국식생활문화학회지* 23(3):348-355.
20. 이규진·조미숙·이종미 (2007). 미국 일간지

- 의 한국음식 관련 기사 내용분석 연구: 뉴욕 타임즈 기사를 중심으로(1980~2005). *한국식생활문화학회지* 22(2):289-298.
21. 이금례 · 유영진 · 박금순 (2005). 한식 외식업체의 환경특성이 서비스 품질과 재구매 의도에 미치는 영향. *한국식생활문화학회지* 20(6): 661-667
 22. 이민아 · 김선아 (2006). 한식당의 서비스 수행도에 대한 외국인 고객의 평가 분석. *한국식품조리과학회지* 22(5):736-745.
 23. 이봉구 · 정우철 · 안범용 (2006). 음식 소비 관련 서비스 질, 지각된 가치, 만족, 향후 행동 의도 간 관계에 관한 연구: 춘천 닭갈비 및 막국수를 중심으로. *관광학연구* 30(5):257-276.
 24. 이소정 · 채인숙 (2008). 재미 한국 식당을 이용하는 외국인 고객들의 한국음식 및 서비스 속성에 대한 인식도 조사: IPA 분석을 통한 음식 서비스 속성 분석. *한국식생활문화학회지* 23(2):152-162.
 25. 이연정 · 서윤정 · 주현식 · 최수근 (2005). 방한 일본 관광객의 한국 전통음식 메뉴 품질 만족도에 관한 연구. *한국식생활문화학회지* 20(2):283-291.
 26. 이현주 (2004). 호텔 이용 고객의 한식당 선택 요인에 관한 실증적 연구: 서울 시내 특 1급 호텔 한식당을 대상으로. *한국조리학회지* 10(3): 119-133.
 27. 전병길 · 최수근 (2002). 한식당 서비스 품질 결정요인에 관한 연구: 경주지역을 대상으로. *외식경영연구* 5(3):127-142.
 28. 전인순 · 이재섭 · 노민경 (2007). 한식당 서비스 품질과 서비스가치에 대한 외래 관광객 반응 연구. *호텔경영학연구* 16(5):185-200.
 29. 정영주 · 최덕주 (2004). 외식업체 한식 레스토랑의 고객 충성도에 관한 연구. *한국조리학회지* 10(1):46-63.
 30. 조성호 · 채신석 · 김광수 · 백용창 · 최성웅 (2008). 한식 전문 업체의 서비스 선택 속성에 관한 연구: 경기 북부 지역을 중심으로. *한국조리학회지* 14(4):188-202.
 31. 조용범 · 박종훈 (2005). 한식당 이용고객의 서비스 품질 평가에 관한 연구: 삼겹살 전문점을 중심으로. *한국식생활문화학회지* 20(5): 538-547.
 32. 한경수 (2002). 한국음식 체인점의 고객 만족도 분석. *외식경영연구* 5(1):199-211.
 33. Akbaba A (2006). Measuring service quality in hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management* 25(2):170-192.
 34. Andaleeb SS · Conway C (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Service Marketing* 20(1):3-11.
 35. Armstrong RW · Mok C · Go FM · Chan A (1997). The importance of cross-cultural expectations in the measurement of service quality perceptions in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management* 16(2):181-190.
 36. Baker J · Grewal D · Parasuraman A (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science* 22(4):328-339.
 37. Brady MK., Cronin Jr JJ (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing* 65(3):34-49.
 38. Callan RJ (1990). Hotel award schemes as a measurement of service quality: An assessment by travel industry journalists as surrogate consumers. *International Journal of Hospitality Management* 9(1):45-58.
 39. Chow IH · Lau VP · Lo TW · Yun ZSH (2007). Service quality in restaurant operations in China: Decision and experiential-oriented per-

- spectives. *International Journal of Hospitality Management* 26(3):698-710.
40. Cronin Jr JJ · Taylor S (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing* 56(1):55-68.
 41. Cronin Jr JJ · Taylor S (1994). SERVPERF vs. SERVQUAL: Reconciling performance based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing* 58(1):125-131.
 42. Ekinci Y · Prokopaki P · Cobanoglu C (2003). Service quality on Cretan accommodations: Marketing strategies for the UK holiday market. *International Journal of Hospitality Management* 22(1):47-66.
 43. Hartline MD · Ferrell OC (1996). The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. *Journal of Marketing* 60(1):52-70.
 44. Kim WG · Moon YJ (2009). Customers' cognitive, emotional and actionable response to the servicescape: A test of the moderating effect of the restaurant type. *International Journal of Hospitality Management* 28(1):144-156.
 45. Kim WG · Ng CYN · Kim YS (2009). Influence of institutional DINESERV on customer satisfaction, return intention and word-of-mouth. *International Journal of Hospitality Management* 28(1):10-17.
 46. Kivela J · Inbakaran R · Reece J (1999). Consumer research in the restaurant environment Part 1: A conceptual model of dining satisfaction and return patronage. *International Journal of Hospitality Management* 11(5):205-222.
 47. Knutson BJ (1988). Ten laws of customer satisfaction. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 29(1):14-17.
 48. Ladhari R · Brun I · Morales M (2008). Determinants of dining satisfaction and post-dining behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management* 27(4):563-573.
 49. Liu Y · Jang SC (2009). Perceptions of Chinese restaurant in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions?. *International Journal of Hospitality Management* 28(3):338-348.
 50. McCain SLC · Jang SC · Hu C (2005). Service quality gap analysis toward customer loyalty: Practical guidelines for casino hotels. *International Journal of Hospitality Management* 24(3):465-472.
 51. Murgulets L · Eklof J · Dukeov I · Selivanova I (2002). Customer satisfaction and retention in transition economics. *Total Quality Management* 12(7/8):1037-1046.
 52. Oh HM (1999). Service quality, customer satisfaction and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management* 18(1):67-82.
 53. Parasuraman A · Zeithaml V · Berry LL (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49(1):41-50.
 54. Parasuraman A · Berry LL · Zeithaml V (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* 64(1):12-40.
 55. Parasuraman A · Zeithaml V · Berry LL (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implication for further research. *Journal of Marketing* 58(1):111-125.
 56. Spreng RA · Mackoy RD (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of Marketing*

- 72(2):201-221.
57. Stevens P · Knuston B · Patton M (1995). DINE SERV: A tool for measuring service quality in restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 36(2):56-60.
58. Shoemaker S (1998). A strategic approach to segmentation in university foodservice. *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing* 3(1):3-35.
59. Teas RK (1994). Expectations as a comparison standard in measuring service quality: An assessment of a reassessment. *Journal of Marketing* 58(1):132-140.
60. Wakefield KL · Blodgett JG (1996). The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service setting. *Journal of Service Marketing* 10(6):45-61.
61. Wilkins H · Merrilees B · Herington C (2007). Toward an understanding of total service quality in hotels. *International Journal of Hospitality Management* 26(4):840-853.
62. Yuksel A · Yusel F (2002). Measurement of tourist satisfaction with restaurant service: A segment-based approach. *Journal of Vacation Marketing* 9(1):52-68.

2009년 7월 21일 접수
 2009년 8월 4일 1차 논문수정
 2009년 9월 7일 게재확정