

패밀리 레스토랑 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인의 관계

구 자 혁 · 이 상 건* · 윤 유 식**

장안대학 호텔경영전공 · 배재대학교 외식경영학과* · 경희대학교 컨벤션경영학과**

Relationships Between Importance and Satisfaction of Rice-based Menu Selection Attributes of Family Restaurants

Ku, Cha Hyeong · Lee, Sang Gun* · Yoon, Yoo Shik**

Dept. of Hotel Management, Jangan College, Hwaseong, Korea

Dept. of Foodservice Management, Paichai University, Daejeon, Korea*

Dept. of Convention Management, Kyunghee University, Seoul, Korea**

ABSTRACT

This study investigated relationships between the importance and satisfaction of rice-based menu selection attributes at family restaurants. For data collection, a total of 250 copies of questionnaires were distributed to 4-year college students who had an experience of a rice-based menu at casual dining restaurants, and finally 221 surveys (88.4%) among them were analyzed by using SPSS Win ver. 11.5. Twenty selection attributes were used to test the level of importance and satisfaction for rice-based menu. The factor analysis identified six dimensions of the importance of rice-based menu selection attributes; variety of items, menu information, recommendation & atmosphere, food quality, preferred menu, and price. Also, five dimensions of satisfaction were identified as nutrition & taste, menu information, preferred menu & atmosphere, variety of items, and cooking. Canonical correlation analysis revealed that preferred menu factor of importance was highly correlated with preferred menu and restaurant atmosphere factor of satisfaction of rice-based menu selection. The managerial implications of these results for rice-base menu selection attributes are as follows: There seems to be a need to develop a variety of rice-based menus, because rice-based menus tend to be considered as an additional menu, not a main course. Aggressive marketing and communication strategies are necessary to position rice-based menu as a main course for college students and as a major market segment to family restaurants.

Key words: rice-based menu, selection attributes, canonical correlation analysis, family restaurants

접수일: 2008년 7월 14일 채택일: 2008년 10월 12일

Corresponding Author: Yoon, Yoo Shik Tel: 82-10-5112-3523

e-mail: ysyn@khu.ac.kr

I. 서론

현재 지구촌은 전 세계적으로 식량위기의 상황에 직면하여 있다. 이러한 상황은 국제 원자재 가격 상승, 유가 급등, 이상기후로 인한 곡물 수급여건의 악화로 인해 발생하고 있다. 또한 중국, 인도 등 빠르게 성장하고 있는 나라들의 곡물 수요 증가, 대체 에너지로서 그 비중이 커져가고 있는 바이오연료 사용의 증가 또한 이유 중의 하나이다.

곡물 등 식자재 가격의 상승은 외식업계에 큰 위협이 되고 있으며, 이러한 곡물 가격의 급등은 앞으로 계속 이어질 전망이다. 식자재 가격의 급등에 의한 위기를 해결하기 위한 방법으로서 외식업계는 식자재 구매와 함께 식자재 안정화를 위한 R&D부분에 주력해야 할 것이다. 어떤 식자재를 얼마나 사용하여 어떤 메뉴를 만드는가에 따라 원가뿐만 아니라 고객만족도 결정되기 때문이다. 대체 식재를 활용하여 메뉴를 개발하고 표준 조리법(recipe)을 준수함으로써 손실(loss)을 줄이고, 또 새로운 메뉴를 개발하여 적정 단가를 맞추는 등 구매파트와 함께 원가 안정화를 위한 다양한 방법을 강구하여야 한다 (월간식당b 2008).

국내 외식업 종사자들을 대상으로 한 2008년 외식산업의 전망에 관한 설문에서는 향후 유망업종으로서 한식-전통음식점(50.8%)이 가장 유망한 외식사업으로 예상되었다 (월간식당a 2008). 이러한 추세에 맞추어 패밀리레스토랑 업계에서도 서구적 음식 문화에서 벗어나 밀이나 다른 곡물과 다르게 자급률이 100%에 가까운 쌀을 이용한 메뉴를 개발하는 것도 하나의 방법이 될 수 있을 것으로 본다.

이러한 현실과 상황에 맞추어 현 외식업계는 우리의 입맛에 맞는 음식과 건강을 중요시하는 소비자의 입맛을 고려하여 새로운 메뉴를 개발할 필요성이 대두되고 있고 그 자리에 우리의 주식인 쌀이 자리하고 있다. 쌀은 우리의 주식으로서 충분한 소비층을 형성하고 있어서 단기적인 메뉴가 아닌 지속적인 메뉴로서 업계에 안정적인 수익을 줄 수도 있을 것으로 본다.

레스토랑 선택속성에 관한 연구는 국내외에서 상당부분 진행이 이루어졌으나, 상대적으로 레스토랑의 가장 중요한 마케팅도구인 메뉴의 선택속성에 대한 국내의 연구는 남외자와 박헌진과 정진우(2007)와 이해영 등 (2004), 이현주(2003)를 제외하고는 별로 찾아볼 수가 없다.

메뉴는 레스토랑에서 고객들이 식사를 통해 경험하는 가장 중요한 요인으로서 내부 마케팅의 도구라고 볼 수 있다. 즉, 메뉴는 레스토랑의 판매촉진도구로 고객의 자극을 유발하고, 레스토랑 이미지에 영향을 주어 고객의 대상을 결정하는 가장 강력한 내부 마케팅 도구이다(Wade 2006). 그리고 메뉴는 도달 가능한 시장의 범위를 결정하기 때문에 메뉴 아이템의 선택과 연출방법을 레스토랑경영에서 매우 중요하다고 본다 (Iverson 1988).

Khan(1983)은 고객이 메뉴를 선택하거나 음식을 소비하기 전에 여러 가지 다양한 요인들에 의해 영향을 받는다는 점을 강조하였다. 음식을 선호하는 태도에 영향을 미치는 요인을 본질적 요인, 비본질적 요인, 생물·심리적, 개인적, 사회·경제적, 문화·종교적 요인으로 분류하여 제시하였다. 이중에서도 조리방법, 감각적 특성, 요리의 외형 및 색깔, 맛, 음식의 질과 같은 본질적 요인이 음식을 선택하는데 직접적으로 영향을 미치고, 비본질적 요인은 외부영향요인으로 선호태도에 영향을 미치고 있다고 보았다. 김상태와 조용범(2007)도 호텔레스토랑을 대상으로 환경적요인과 본질적 요인이 메뉴선택행동에 유의한 영향을 미치고 있다는 점을 검증하였다.

그리고 Lundberg(1989)는 메뉴의 관능적 품질 특성인 맛, 향기, 색깔 등을 강조하고, Pavescic (1989)은 어린이와 노인을 위한 소량의 메뉴개발의 중요성을 강조함으로써 메뉴기획에서 양적인 면도 중요하지만 질적인 면도 고려해야 함을 강조하였다. 레스토랑의 메뉴에 나와 있는 건강 및 영양정보가 고객의 평가에 미치는 영향연구에서 영양정보는 고객평가의 태도, 영양, 구매의도, 신뢰에 유의한 영향을 미치고 있으나 건강정보는 신뢰에만 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 밝혀졌다 (Kozup et al. 2003). 반면에 Drew(1986)는

사례를 통해 메뉴 아이템의 단순화를 주장하였다. Stoner(1986)는 적정수준까지 메뉴의 수를 제한하는 것이 관리차원과 마케팅 측면에서 유리하다고 주장하였다. 그리고 다양성의 제고는 메뉴 수를 늘리는 것보다는 메뉴의 다양화, 조리방식, 색상 등을 통하여 차원 높은 다양성을 제공할 수 있다고 보았다.

메뉴의 선택속성으로서 가격에 대한 연구는 다른 선택속성에 비해 상당부분 진행이 되어오고 있다. Miller(1988)는 레스토랑의 가격정책은 가격 지향적인 정책과 가치지향적인 정책으로 나뉜다고 보았다. 그래서 메뉴선택은 레스토랑 경영자 뿐만 아니라 레스토랑 고객의 특성에 달려 있어, 레스토랑을 이용하는 고객들은 메뉴에 대한 상대적인 가격보다는 마케팅 활동 요소들에 더 영향을 받는다고 하였다. Kasavana & Smith(1990)는 비인기 상품이지만 향후 수익성이 있다면 가격을 인하함으로써 판매량을 늘릴 수 있다는 전통적인 가격이론을 주장하였으나, 반면에 Kreul(1982)은 소비자가 인식하는 가격에는 심리적인 면이 강하게 강조된다고 보았다. 또한 일정한 가격대에서는 가격의 미묘한 차이를 소비자가 인식하지 못한다는 점도 밝혀냈다 (Carmin & Norkus 1990).

국내의 최근연구로서 남외자 등 (2007)는 이태리 레스토랑의 메뉴선택속성으로 17개의 항목을 음식의 본질성, 다양성, 가치, 영양, 메뉴판 등의 5개의 차원으로 구분한 후 인구 통계적 특성에 따른 차이를 검증하였다. 연구결과 메뉴선택속성의 본질성 및 다양성요인에서 연령, 학력, 직업, 소득, 가족구성별 집단간 차이를 보였고, 반면에 성별에 따른 차이는 나타나지 않았다.

이에 본 연구에서는 서울시내의 패밀리레스토랑을 이용하는 주고객인 대학생을 대상으로 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인의 관계를 분석하여 쌀 메뉴를 활성화 할 수 있는 마케팅 시사점을 제시하여 보고자 한다. 이러한 쌀 메뉴 활성화를 통해 외식업계는 곡물파동에 따른 식자재 가격의 상승에 대응하고, 우리 국민의 입맛에 맞는 쌀 메뉴 음식을 개발하여 국민건강에도 긍정적 영향을 줄 수 있을 것으로 본다.

II. 연구방법

본 연구의 목적은 패밀리레스토랑에서 판매하고 있는 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인의 관계를 통해 쌀 메뉴 활성화를 위한 마케팅 시사점을 제시하는 것이다. 이론적 배경과 선행 연구를 바탕으로 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 아래와 같은 연구가설을 설정하였다.

연구가설 : 패밀리레스토랑의 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인 간에 유의한 상관관계가 있을 것이다.

이와 같은 연구의 목적을 달성하기 위하여 쌀 메뉴 선택속성과 관련된 문헌 및 선행연구를 통하여 이론적 배경과 측정변수를 추출하였고, 외식산업 관련 전문가 및 종사자, 특히 연구대상인 대학생을 대상으로 사전조사를 통하여 쌀 메뉴 선택속성의 측정변수를 선정하였다. 사전조사의 목적은 선행연구를 통해 작성된 설문지 초안의 내용, 어귀의 구성, 설문형태, 설문문서 등에 대해 본 연구자들이 발견하지 못한 오류를 발견하고 이를 수정하는 것이다. 그래서 외식업계 실무자 3인, 외식경영관련 학과 교수 3인으로 구성된 전문가 집단을 통해 설문지 초안의 내용을 수정·보완하였고, 수정·보완된 설문지를 이용하여 서울시 4년제 대학생 35명을 대상으로 직접 설문하여 설문문항 중 이해하지 못하거나 오해의 소지가 있는 문장을 수정·보완하였다. 사전조사결과 기존의 연구의 척도와 유사한 요인들이 도출되어 척도의 신뢰성과 타당성이 입증되어 본 조사를 시작하였다.

본 조사의 대상은 최근 1개월 이내 국내 서구 체인형 패밀리레스토랑에서 쌀 메뉴를 시식한 경험이 있는 4년제 대학생으로 하였으며, 설문은 서울시내 4년제 대학교 5개를 선택하여 한 대학당 50부씩 총 250명의 남녀대학생이 직접 기입하는 자기기입식 방법을 선택하였다. 패밀리레스토랑의 고객특성상 여자가 남자보다 비중이 높은 점을 고려하여 여학생의 비중을 60%, 그리고 나머지 40%는 남학생으로 추정하였다. 자료수집은 설문조사의 의의와 목적, 방법을 교육받은 설문조사요원을 투입하여 2008년 5월 1일부터 7일까

지 총 7일간 설문조사를 실시하였다. 설문조사결과 응답이 불성실하거나 질문에 결측값이 있는 설문지를 제외하고 총 유효표본수 221부(88.4%)를 획득하여 통계패키지인 SPSS Win Ver. 11.5을 이용하여 측정변수의 특성을 분석하고 가설을 검증하였다.

쌀 메뉴선택속성의 측정항목은 Khan(1983)의 연구를 토대로 이해영 등 (2004), 정라나 등 (2007), 최승용(2005)에 의해서 검증된 항목을 중심으로 총20개의 설문항목을 쌀 메뉴에 적합하게 수정한 후 적용하였다. 쌀 메뉴 선택속성의 측정방법은 리커트 5점 척도법을 이용하였고, 중요도는 '1=전혀 중요하지 않다', '5=매우 중요하다'로 측정하였고, 만족도는 '1=매우 불만족하다', '5=매우 만족하다'로 측정하였다.

본 연구의 표본의 인구통계학적 특성 및 외식 구매특성을 조사하기 위하여 이상건과 윤유식(2007)의 연구에서 사용한 문항을 이용해 성별, 연령, 월평균 외식비, 외식시기, 선호 메뉴, 외식시 동반자, 외식 정보원천 7개 항목에 대하여 문항을 작성하였다.

본 연구에서 수집된 자료는 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인의 특성을 파악 및 분석하기 위해서 SPSS Version 11.5 통계패키지를 이용하였다. 자료분석 방법으로는 첫째, 조사된 자료의 특성을 파악하고 본 연구에 사용될 통계기법 적용에 기본적인 문제가 없는지 변수의 정규분포, 극단치(outlier), 선형성(linearity)등을 분석하여 수집된 자료의 시스템적 오차(systematic errors)를 줄였다. 그리고 모든 조사변수의 왜도 및 첨도를 분석한 결과 모든 측정변수에 대하여 추가적인 분석을 실시하는데 문제가 없는 것을 확인하였다. 둘째, 인구통계학적인 특성과 일반적인 외식행태 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 선행연구를 통해 도출된 20개의 쌀 메뉴 선택속성의 분포를 파악하기 위하여 기술통계분석(Descriptive Analysis)을 실시하였다. 그리고 쌀 메뉴 선택속성의 중요도와 만족도에 대해 각각 탐색적 요인분석을 실시하였다. 가설검정은 정준상관분석을 이용하여 요인분석을 통해 도출된 중요요인과 만족요인간의 정준상관관계를 파

악하였다.

III. 연구결과

1. 인구통계학적인 특성

응답자들의 인구통계학적인 특성을 분석한 빈도분석 결과는 Table 1과 같다. 성별에서 여자가 남자보다 많아 여자가 139명(62.9%)이고 남자는 82명(37.1%)이었다. 연령별로 보면 20-25세 미만이 164명(74.2%)으로 절대 다수를 구성하고, 25-30세 미만이 36명(16.3%), 20세 미만이 16명(7.2%), 그리고 30세 이상도 5명(2.3%)으로 나타났다. 월 평균 외식비를 보면 5-10만원 대가 73명(33.0%)으로 상대적으로 많고, 10-15만원대가 55명(24.9%), 20만원 이상이 37명(16.7%), 15-20만원대가 31명(14.0%), 5만원 미만이 25명(11.3%)으로 나타났다. 외식시기를 살펴보면 주말이 120명(54.8%)로 주중 99명(45.2%)보다 많이 응답하였다. 선호하는 메뉴를 살펴보면 한식이 97명(43.9%)이고 양식이 77명(34.8%)으로 중식(6.3%)이나 일식(6.3%)보다 월등히 많았다. 기타 선호메뉴로는 퓨전음식 혹은 패스트푸드로 응답하였다. 외식시 동반자를 묻는 설문에는 친구가 149명(69.0%)으로 가장 많은 분포를 보였고, 연인이 34명(15.7%), 가족이 29명(13.4%)으로 나타났다. 기타 동반자로는 동료 선후배로 응답하였다. 마지막으로 외식에 대한 정보원천을 묻는 설문에는 구전이 111명(50.2%)으로 가장 많고, 그 다음으로 인터넷이 63명(29.5%)으로 상대적으로 높은 분포를 보였다. 그리고 기타 정보원천으로는 TV나 전단지로 응답하였다.

2. 측정변수의 기술분석

주어진 개념들에 대한 기술분석을 실시하기 위하여 쌀 메뉴 선택속성의 중요도에 대하여 평균값과 표준편차를 분석하여 그 결과를 Table 2에 정리하였다. 측정항목 20개 모두가 보통(3.00) 이상으로 중요하게 지각하고 있는 점을 알 수 있다. 가장 높은 평균값을 나타낸 속성은 '음식의 맛(4.49)'이고, '음식의 질(4.36)', '식재료 신선도(4.34)', '음식의 가격(4.18)', '본인의 선호메뉴

Table 1. Demographic characteristics of the respondents

Category		Frequency (N=221)	Category		Frequency (N=221)
Gender	male	82(37.1)	Preferred menu	korean	97(43.9)
	female	139(62.9)		western	77(34.8)
				chinese	14(6.3)
		japanese		14(6.3)	
				others	19(8.6)
Age	less than 20	16(7.2)	Companions	family	29(13.1)
	20 - 24 years	164(74.2)		friends	149(67.4)
	25 - 29 years	36(16.3)		lovers	34(15.4)
	over than 30	5(2.3)		others	4(.02)
				missing	5(.02)
Preferred eating-out time	weekdays	99(44.8)	Source of information	newspaper	3(1.4)
	weekends	120(54.3)		magazine	13(5.9)
	missing	2(.01)		internet	63(28.5)
				words-of-mouth	111(50.2)
				others	31(14.0)

(4.15)', '레스토랑의 분위기(4.11)' 등이 상대적으로 높은 평균값을 나타냈다. 반면에 상대적으로 낮은 평균값을 보인 선택속성은 '프로모션 메뉴(3.27)', '종사원의 추천(3.47)', '음식의 계절성(3.51)' 등이다. 쌀메뉴 선택속성의 중요도 20개 항목에 대한 신뢰도를 측정하기 위해서 내적일관성을 측정하는 방법인 크론바흐 알파(Cronbach's α) 값을 통해서 검증하였다. 측정결과 .9034로 분석되어 높은 신뢰성을 보이고 있다 (Nunnally 1978).

Table 3은 쌀 메뉴 선택속성의 만족도의 기술 분석 결과표이다. 측정항목 20개 중 '메뉴판에서 메뉴의 설명' 및 '음식의 가격' 2개의 항목을 제외하고는 18개 항목 모두가 보통(M=3.00)이상으로 만족하는 것으로 나타났다. 가장 높은 평균값을 나타낸 속성은 '본인의 선호메뉴(M=3.48)'이고, '과거에 경험했던 메뉴(M=3.38)', '레스토랑의 분위기(M=3.35)', '음식의 온도(M=3.32)' 등이 상대적으로 높은 평균값을 보였다. 반면에 상대적으로 낮은 평균값을 보인 선택속성은 '음식의 열량(M=3.04)', '종사원의 추천(M=3.03)', '메뉴의 다양성(M=3.00)', '메뉴판에서의 메뉴설명(M=2.98)', '음식의 가격(M=2.89)' 등이다. 그리고 쌀메뉴 선택속성의 만족도 20개 항목에 대한 신뢰도를 측정한 결과 .8974로 분석되었다.

Table 2. Results of descriptive analysis for the importance level of rice-based menu selection attributes

Selection attributes	Mean	S. D.	Cronbach α
Taste	4.49	.65	.9034
Quality	4.36	.68	
Freshness	4.34	.70	
Price	4.18	.79	
Preferred menu	4.15	.70	
Restaurant atmosphere	4.11	.72	
Nutrition	3.97	.88	
Temperature	3.92	.86	
Variety of items	3.90	.77	
Quantity	3.83	.88	
Cooking methods	3.81	.93	
Past experience	3.81	.90	
Sense of chewing	3.80	.81	
Menu explanation	3.78	.87	
Variety of ingredients	3.74	.86	
Calories	3.72	1.01	
New item	3.57	.88	
Seasonal food	3.51	1.00	
Server's recommendation	3.47	.88	
Promotion items	3.27	.87	

Note : Likert 5 pont scale : 1=very unimportant.
3=neutral. 5=very important.

Table 3. Results of descriptive analysis for the satisfaction level of rice-based menu selection attributes

Selection attributes	Mean	S. D.	Cronbach's α
Preferred menu	3.48	.80	.8974
Past experience	3.38	.74	
Restaurant atmosphere	3.35	.76	
Temperature	3.32	.64	
Taste	3.29	.68	
Sense of chewing	3.27	.76	
Quantity	3.25	.71	
Seasonal food	3.24	.71	
Variety of ingredients	3.20	.78	
Quality	3.19	.64	
Nutrition	3.17	.69	
Promotion items	3.16	.67	
Cooking methods	3.15	.65	
New item	3.13	.71	
Freshness	3.12	.75	
Calories	3.04	.80	
Server's recommendation	3.03	.78	
Variety of items	3.00	.82	
Menu explanation	2.98	.84	
Price	2.89	.92	

Note : Likert 5 point scale : 1=very dissatisfactory. 3=neutral. 5=very satisfactory.

3. 쌀 메뉴 선택속성의 중요도와 만족도에 대한 요인분석

Table 4는 쌀 메뉴 선택속성의 중요도에 대한 탐색적 요인분석결과표이다. 총 20개 항목들은 요인 판정 기준이 1이상인 고유치(eigen value)에 대해 크기에 따라 6개의 요인이 도출 되었으며, 전체 누적설명력은 61.96%로 유의함을 알 수 있다.

쌀 메뉴 선택속성의 중요도에 대한 요인 1은 다양한 메뉴를 나타내는 '새로운 메뉴', '음식의 계절성', '식재료의 다양성', '메뉴의 다양성', '프로모션 메뉴' 등으로서 본 연구에서는 이러한 속성결합을 '메뉴 및 식재료의 다양성'이라고 정의 하였다. 요인1의 신뢰도는 비교적 높게 .785로 나타났다.

요인 2는 음식에 대한 정보를 나타내는 '음식의 영양', '음식의 조리방법', '음식의 열량', '음식의 온도' 등으로서 '음식 정보'라고 정의하였

고, 신뢰도는 .752로 비교적 높게 나타났다. 요인 3은 메뉴의 정보와 레스토랑 분위기를 나타내는 속성으로서 '메뉴판에서의 메뉴의 설명', '종사원의 추천', '레스토랑 분위기' 등으로서 '추천 및 분위기'라고 정의하였고, 신뢰도는 .691로 나타났다. 요인 4는 전반적인 음식의 질을 나타내는 속성으로서 '음식의 맛', '음식의 질', '식재료의 신선도', '음식의 질감' 등으로서 '음식의 질'이라고 정의 하였고, 신뢰도는 .600으로 나타났다. 요인 5는 선호하는 메뉴에 대한 속성으로서 '과거에 경험했던 메뉴', '본인의 선호메뉴' 등으로서 요인 명을 '선호메뉴'라고 정의 하였고 신뢰도는 .610으로 나타났다. 요인 6은 음식의 합리적인 가격수준을 나타내는 속성으로서 '음식의 가격', '음식의 양' 등으로서 '가격 적정성'이라고 정의 하였고 신뢰도는 .590으로 나타났다.

Table 5는 쌀 메뉴 선택속성의 만족도에 대한 탐색적 요인분석결과표이다. 요인도출과정에서 계절음식, 식재료의 다양성, 식재료의 신선도, 음식의 질감, 음식의 양 5개 측정항목이 요인적재치가 각각 .231, .105, .298, .311, .288로 .4에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이에 측정변수에서 제거한 후 15개의 항목만을 대상으로 다시 요인 분석을 실시하였다. 분석결과 요인 판정 기준이 1이상인 고유치(eigen value)에 대해 크기에 따라 6개의 요인으로 추출 되었으며, 전체 누적설명력은 60.24%로 유의함을 알 수 있다.

쌀 메뉴 선택속성의 만족도에 대한 요인 1은 음식의 영양과 맛을 나타내는 속성으로서 '음식의 영양', '음식의 질', '음식의 맛', '음식의 열량' 등으로서 본 연구에서는 이러한 속성결합을 '음식의 맛과 영양'이라고 정의 하였고, 신뢰도는 .697로 나타났다. 요인 2는 메뉴의 정보를 나타내는 속성으로서 '메뉴판에서의 메뉴의 설명', '종사원의 추천', '프로모션 메뉴', '음식의 가격' 등으로서 요인명을 '메뉴 정보'라고 정의하였고, 신뢰도는 .647로 나타났다. 요인 3은 선호하는 메뉴와 레스토랑의 분위기를 나타내는 속성으로서 '과거에 경험했던 메뉴', '본인의 선호메뉴', '레스토랑의 분위기' 등으로서 '선호메뉴와 분위기'라고 정의 하였고, 신뢰도는 .682로 나타났다. 요

인 4는 메뉴 업데이트와 다양한 메뉴를 나타내는 속성으로서 ‘새로운 메뉴’, ‘메뉴의 다양성’ 등으로서 ‘메뉴 다양성’이라고 정의하였고, 신뢰도는 .594로 나타났다. 요인 5는 제공되는 음식의 적정

Table 4. Results of factor analysis for the importance level of rice-base menu selection attributes

Factors	Variables	Factor loadings	Eigen values	Explained variance
Variety of items & ingredients ($\alpha = .785$)	new item	.695	2.94	14.72
	seasonal food	.688		
	variety of ingredients	.686		
	variety of items	.682		
Menu information ($\alpha = .752$)	promotion items	.677	2.60	13.01
	nutrition	.797		
	cooking methods	.684		
	calories	.661		
Recommendation & atmosphere ($\alpha = .691$)	temperature	.649	2.08	10.38
	menu explanation	.737		
	server's recommendation	.691		
Food quality ($\alpha = .600$)	restaurant atmosphere	.540	1.89	9.43
	taste	.817		
	quality	.769		
	freshness	.469		
Preferred menu ($\alpha = .610$)	sense of chewing	.444	1.63	8.16
	past experience	.806		
Reasonal price ($\alpha = .590$)	preferred menu	.684	1.25	6.26
	price	.810		
	quantity	.595		

Note: KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) = .815
Barlett's Test of Sphericity = 1240.909 df = 190 p < .000

Table 5. Results of factor analysis for the satisfaction level of rice-base menu selection attributes

Factors	Variables	Factor loadings	Eigen values	Explained variance
Nutrition & taste ($\alpha = .697$)	nutrition	.800	2.27	15.10
	quality	.710		
	taste	.649		
	calories	.638		
Menu information ($\alpha = .647$)	menu explanation	.769	1.92	12.80
	server's recommendation	.691		
	promotion items	.580		
	price	.453		
Preferred menu & atmosphere ($\alpha = .682$)	past experience	.759	1.86	12.41
	preferred menu	.756		
	restaurant atmosphere	.493		
Variety of items ($\alpha = .594$)	new item	.792	1.60	10.69
	variety of items	.777		
Cooking ($\alpha = .623$)	temperature	.853	1.39	9.24
	cooking methods	.612		

Note: KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) = .770
Barlett's Test of Sphericity = 654.308 df = 105 p < .000

한 온도와 음식의 조리방법을 나타내는 속성으로서 ‘음식의 온도’, ‘음식의 조리방법’ 등으로서 요인명을 ‘조리법’라고 정의 하였고, 신뢰도는 .623으로 나타났다.

4. 정준상관분석

앞에서 수행된 쌀 메뉴 선택속성의 중요도의 요인분석에 의해 정제되어진 6개의 중요도 요인과 만족도의 요인분석에 의해 정제되어진 5개의 쌀 메뉴 선택속성의 만족도요인 사이에 어느 정도 밀접한 관련이 있는지를 판단하기 위해서 정준상관분석(canonical correlation analysis)을 실시하였다.

쌀 메뉴 선택속성의 중요도와 만족도 사이의 정준상관분석을 실시한 결과, 2개의 유의한 정준상관함수가 도출되었다. 정준함수 1의 정준상관계수는 0.427으로 상당히 좋은 값을 얻었고, 쌀 메뉴 선택속성의 중요도요인과 만족도요인으로 구한 정준 점수 내 분산의 상관계수도 상당히 유의하다(p<.001). 정준함수 2의 정준상관계수는 0.297 (p<.05)로 정준 점수 내 분산의 상관계수도 유의한 것으로 나타났다.

정준상관분석 결과에서 표준화 상관계수를 살펴볼 때, 정준함수 1에서 쌀 메뉴 선택속성의 중요도요인과 관련이 있는 중요한 항목으로는 ‘선택메뉴’, ‘음식의 질’, ‘음식정보’, ‘메뉴다양성’,

Table 6. Overall results of canonical correlation analysis

Factors	Standardized canonical correlation coefficients		Canonical loadings		Cross loadings	
	1	2	1	2	1	2
<u>Importance</u>						
Variety of items	.306	.027	.018	.287	.008	.085
Menu information	.354	.215	.116	.260	.050	.077
Recommendation & atmosphere	.266	.784	.400	.651	.171	.193
Food quality						
Preferred menu	.498	.691	.613	.378	.262	.112
Reasonal price	.672	.279	.774	.326	<u>.331¹⁾</u>	.097
	.090	.342	.238	.262	.102	.078
Redundancy Coefficient	.201	.149				
<u>Satisfaction</u>						
Nutrition & taste	.136	.894	.127	.679	.054	.202
Menu information	.537	.663	.247	.441	.105	.131
Preferred menu & atmosphere	1.022	.312	.794	.289	<u>.339</u>	.086
Variety of menu						
Cooking	.202	.234	.138	.069	.059	.020
	.121	.033	.096	.161	.041	.048
Redundancy Coefficient	.147	.154				
			<u>canonical function 1</u>		<u>canonical function 2</u>	
Canonical correlation			.427		.297	
Wilk's lamda			.700		.857	
Chi-SQ			76.313		33.129	
df			30		20	
p-value			000		033	

¹⁾ : underlined figures stands for over .3 of cross loadings.

‘추천 및 분위기’, ‘가격 적정성’의 순으로 나타났고, 정준함수 2에서는 ‘추천 및 분위기’, ‘음식의 질’, ‘가격 적정성’, ‘선호메뉴’, ‘음식의 정보’, ‘메뉴 다양성’의 순으로 나타났다.

쌀 메뉴 선택속성의 만족도요인과 관련이 있는 중요한 항목으로는 정준함수 1에서 ‘선호메뉴/분위기’, ‘메뉴정보’, ‘메뉴다양성’, ‘맛과 영양’, ‘온도 및 조리법’ 등의 순으로 나타났고, 정준함수 2에서는 ‘맛과 양’, ‘메뉴정보’, ‘선호메뉴/분위기’, ‘메뉴다양성’, ‘온도 및 조리법’의 순으로 나타났다.

우선 정준교차부하량(cross-loadings)이 .3이상인 변수는 정준함수 1에서 쌀 메뉴 선택속성의 중요도요인의 ‘선호메뉴’와 만족도요인의 ‘선호메뉴 및 분위기’가 정준교차부하량이 .3 이상으로 나타나 정준상관관계를 보이고 있다고 판정할 수 있다. 그리고 선택속성의 중요도요인의 ‘음식의 질(.202)’과 만족도요인의 ‘맛과 양(.262)’이 비록 정준교차부하량이 .3에는 미치지 못하나 어느 정도 .3에 가까워 그 정준상관관계가 미약하나마 존재한다는 점을 추측가능하다.

그리고 정준적재량의 값이 절대치 .4 보다 같거나 큰 경우의 변수는 각 정준변량을 대표하는 변수로 간주할 수 있다. 정준함수 1인 경우 쌀 메뉴 선택속성의 중요도요인의 ‘선호메뉴’, ‘음식의 질’, ‘추천 및 분위기’와 만족도요인의 ‘선호메뉴/분위기’가 정준변량 대표변수로 간주할 수 있고, 정준함수 2의 경우 쌀 메뉴 선택속성의 중요도요인의 ‘추천 및 분위기’와 만족도요인의 ‘맛과 양’과 ‘메뉴정보’가 정준변량 대표변수로 간주될 수 있다.

분석결과 쌀 메뉴 선택속성의 과거에 경험한 ‘선호메뉴’ 중요도가 만족도요인의 ‘선호메뉴 및 레스토랑 분위기’와 연관성이 높다는 점을 파악할 수 있다.

V. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 전국의 패밀리레스토랑을 이용하는 4년제 대학생을 대상으로 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인의 관계를 분석하여

쌀 메뉴의 문제점 파악과 개선방향을 제시하여 쌀 메뉴를 활성화 할 수 있는 방향을 제시하는 것이다.

분석결과를 요약정리하면 다음과 같다.

첫째, 대학생들이 선호하는 메뉴로는 한식 97명(43.9%), 양식 77명(34.8%), 중식 및 일식이 각각 14명 (6.3%) 그리고 기타가 19명(8.6%)의 순으로 나타나 한식의 선호가 상대적으로 높다는 점을 알 수 있다. 외식시 동반자로서는 친구가 149명(69.0%)으로 대다수가 친구와 같이 외식이 이루어지는 점을 파악할 수 있다. 외식정보의 원천 으로서는 구전이 111명(50.2%) 그리고 인터넷이 63명(28.5%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 외식시기로는 주중이 99명(45.2%)이고 주말이 120명(54.8%)로 주말이 약간 더 많은 것으로 나타났고, 월 평균 외식비로서는 5만-15만원대가 128명(57.9%)으로 상대적으로 많은 분포를 이루고 있다.

둘째, 측정변수인 쌀 메뉴 선택속성의 중요도의 기술분석 결과 20개의 측정항목 모두가 평균 (3.00) 이상으로 나타났다. 측정항목 중 음식의 맛(4.49), 질(4.36), 신선도(4.34), 가격(4.18), 선호메뉴(4.15), 식당분위기(4.11) 등의 순으로 평균값이 높게 나타났다. 그리고 쌀 메뉴 선택속성의 만족도의 기술분석 결과 메뉴판의 설명(2.98)과 가격(2.89)만을 제외하고 평균(3.00) 이상으로 나타났다. 이런 결과는 대학생들이 쌀 메뉴 가격이 상대적으로 높게 지각되고 있음을 알 수 있고, 그리고 메뉴판의 설명 또한 미흡하다는 점을 파악할 수 있다.

셋째, 요인분석을 통해 도출된 쌀 메뉴 선택속성의 중요요인과 만족요인의 정준상관관계를 분석한 결과 2개의 유의한 정준상관계수가 도출되었다. 특히 선호메뉴에 대한 중요요인이 선호메뉴 및 레스토랑 분위기의 만족요인과 연관성 높다는 점이 검증되었다.

이에 분석결과를 토대로 패밀리레스토랑의 쌀 메뉴 활성화 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계적 특성의 분석결과 대학생들이 선호하는 음식이 양식보다도 한식이라는 점에 주목해야 할 것이다. 즉, 대학생들이 패밀리레스토

량에 주고객층을 이루고 있다는 점을 감안할 때 이 고객층이 선호하는 한식메뉴의 개발이 필요하다고 본다. 쌀을 주재료로 한 한식메뉴에 대한 고객평가조사를 통해서 메뉴를 선정하는 방법을 채택해 볼 수 있을 것이다.

둘째, 중요도와 만족도를 비교한 결과 1 이상의 차이가 나는 속성인 맛은 다른 속성들에 비해 만족도가 높지만 중요도가 가장 높은 속성이라는 점에 주목해야 할 것이다. 즉, 패밀리레스토랑은 신선도 및 메뉴의 질 개선을 통한 쌀 메뉴에 대한 맛을 강조함으로써 고객의 욕구를 충족시킬 수 있도록 해야 한다는 점이다. 또한 가격속성의 중요도와 만족도의 차이가 큰 이유는 일반적으로 쌀 가격에 손쉽게 구매할 수 있는 한식메뉴에 비해 패밀리레스토랑의 객단가가 높기 때문에 발생하는 고객의 지각차이라고 판단된다. 이와 같은 지각차이를 불식시키기 위해서는 패밀리레스토랑의 쌀 메뉴를 일반식당에서 쉽게 접할 수 있는 메뉴와는 차별화하여 고객에게 가격대비 가치를 제공할 수 있는 양질의 쌀 메뉴 개발이 요구된다.

셋째, 쌀 메뉴에 대한 고객의 인식변화가 필요하다고 본다. 일반적으로 패밀리레스토랑에서는 쌀 메뉴를 부가적인 메뉴로 인식하는 경우가 많이 있는데, 외식에서 즐길 수 있는 요리로써 쌀 메뉴를 인식할 수 있도록 다양한 쌀 메뉴를 소개하고 프로모션을 통해 쌀 메뉴 판매를 증가시켜야 할 것이다. 그렇게 함으로써 점차적으로 고객의 쌀을 이용한 선호메뉴가 형성되어 만족도도 높아질 수 있을 것이다.

넷째, 가격 면에 있어서 만족도가 매우 낮다는 점은 메뉴에 들어가는 쌀의 양을 통해 가격가치를 구현할 수 있을 것이다. 즉, 대학생들이 외식 시 동반자가 친구인 점을 감안할 때 메뉴 1개를 둘이서 나누어 먹을 수 있을 만큼의 양을 제공하는 방법도 있을 것이고, 아니면 식자재관리를 통한 가격할인 방식도 고려해 볼 수 있을 것이다. 또한, 서비스나 분위기 등 가격외적인 면을 강조함으로써 고객의 가격에 대한 가치를 높여나가야 할 것이다.

다섯째, 정준상관분석결과 선호메뉴가 만족요인의 선호메뉴와 식당분위기와 정준상관관계가

있다는 점을 감안할 때, 일반적으로 조사대상인 대학생들은 구매경험 있는 메뉴를 선호하는 것으로 판단된다. 즉, 앞서 제시한 것처럼 외식업체는 쌀메뉴를 주제로 하는 적극적인 프로모션 및 이벤트행사를 통해 고객들이 한식을 시식할 수 있도록 해야 할 것이다.

한편, 본 연구의 한계점은 다음과 같다. 이 연구가 외식업종 및 업태를 모두 포괄할 수 있는 다양한 조사대상을 선택하지 못하고, 체인형 패밀리레스토랑을 대상으로 구조화된 설문지에 의존한 결과라는 점이다. 둘째, 조사의 범위와 내용과 관련하여 서울시내 4년제 대학에 한정된 표본을 바탕으로 측정하였기 때문에 일반 외식소비자의 쌀 메뉴선택속성에 대한 평가로 적용하는데 한계가 있다. 그러나 본 연구가 패밀리레스토랑의 주고객층인 대학생을 대상으로 쌀 메뉴에 선택속성의 중요도와 만족도를 비교함으로써 기존의 쌀 메뉴의 문제점을 파악하고 개선점을 제시하였다는 점에 본 연구의 의의를 찾아 볼 수 있다.

참고문헌

- 김상태·조용범(2007) 호텔 이용고객의 메뉴선택행동에 관한 연구 -부산지역 특1급 호텔을 중심으로-. 한국조리학회지 13(1), 41-54.
- 남외자·박현진·정진우(2007) 레스토랑과 메뉴의 선택 요인에 관한 연구 -이태리 레스토랑을 중심으로-. 외식경영연구 10(2), 203-220.
- 월간식당a(2008) 2008년 외식산업 전망에 관한 설문조사. 1월호 82-87.
- 월간식당b(2008) 외식업계, 곡물가 파동 이렇게 대처한다. 4월호 76-89.
- 이상건·윤유식(2007) 외식 고객가치가 만족 및 서비스충성에 미치는 영향. 관광학연구 31(5), 51-73.
- 이해영·안선정·양일선(2004) 푸드코트형 산업체 급식소에서의 고객의 메뉴 선택 속성 규명. 대한지역사회영양학회지 9(2), 183-190.
- 이현주(2003) 호텔 이용 고객의 Italian Food에 대한 메뉴선택 속성에 관한 연구. 한국조리학회지 9(3), 37-54.
- 정라나·이해영·양일선(2007) 가정식사 대응식(HMR) 선택 속성 분석. 한국식생활문화학회지 22(3), 315-322.
- 최승용(2005) 주5일 근무제에 따른 호텔 레스토랑 이용행태와 선택속성의 변화에 관한 연구-서울

- 시대 특1급 호텔 뷔페 레스토랑을 이용하는 내국인을 중심으로-. *외식경영연구* 8(3), 27-45.
- Carmin J, Norkus, GX(1990) Pricing strategies for menus: magic or myth? *The Cornell H. R. A. Quarterly* 31(3), 44-50.
- Drew K(1986) Menu-spoiled for choice. *International J of Hospitality Management* 5(4), 215-216.
- Iverson KM(1988) *Introduction to hospitality management*, NY: NCR.
- Khan MA(1983) *Menus and Menu Planning*, Mahmood A. Khan, Michael D. Olsen, Trugut Var eds., VNR's *ENCYCLOPEDIA of HOSPITALITY and TOURISM*, NY: VNR.
- Kasavana ML, Smith DI(1990) *Menu engineering: a practical guide to menu analysis*, Rev. Ed. Hospitality Publications, Okemos, MI.
- Kozup JC, Creyer EH, Burton, S(2003) Making healthful food choices: the influence of health claims and nutrition information on consumers' evaluations of packaged food products and restaurant menu items. *j marketing* 67(April), 19-34.
- Kreul LM(1982) Magic numbers: psychological aspects of menu pricing. *The Cornell H. R. A. Quarterly* 23(2), 38-49.
- Lundberg DE(1989) *The hotel and restaurant business*, 6th ed., New York, NY: VNR.
- Miller SG(1988) Fine turning your menu with frequency distributions. *The Cornell H. R. A. Quarterly* 29(3), 86-92.
- Nunnally JC(1978) *Psychometric theory*, 2nd ed., New York, McGraw-Hill.
- Pavesic DV(1989) Psychological aspects of menu pricing. *Int J Hospitality Management* 8(1), 43-49.
- Stoner CL(1986) *Menus: Design makes the difference*. Lodging Hospitality.
- Wade D(2006) *Successful restaurant management*. Thomson Delmar Learning: New York.