

부산체류 외국인의 국적별 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도

이경아¹ · 류은순^{2*}

¹동아대학교 생활과학연구소

²부경대학교 식품영양학과

Importance and Satisfaction of Human and Physical Evidence Service in Korean Restaurants for Foreigners Living in Busan according to Nationality

Kyung-A Lee¹ and Eun-Soon Lyu^{2*}

¹Research Institute Human Ecology, Donga University, Busan 604-714, Korea

²Dept. of Food Science & Nutrition, Pukyong National University, Busan 608-737, Korea

Abstract

The purpose of this study was to evaluate the importance and satisfaction level foreigners place on human and physical evidence service in Korean restaurants based on nationality such as American/European, Japanese, Chinese, and Southeast Asian. The research was performed by using questionnaires conducted from August to September on 365 foreigners living in Busan. Total mean scores for the importance (3.96/5.00) and satisfaction (3.33/5.00) of Korean restaurant human and physical evidence service were significantly different ($p < 0.01$), as the gap was -0.63. The mean scores of the gap were -1.03 for cleanliness of dining area, -1.01 for cleanliness of tableware, and -0.95 for easily understandable menu board. The mean scores of satisfaction for Southeast Asian individuals (3.77) were significantly ($p < 0.01$) higher than those of American/European (3.40), Chinese (3.37), and Japanese (2.81). The importance and satisfaction grid showed that an easily understandable menu board and a brief description of the food or menu scored high for the importance and low for the satisfaction in American/European, Chinese, and Japanese individuals. Cleanliness of the dining area, cleanliness of tableware, cleanliness of staff appearance, kindness of employees, rapid resolution of complaints, and prompt and quick service scored high for importance and low for satisfaction in Japanese. However, Southeast Asians were satisfied with human and physical evidence service of Korean restaurants.

Key words: importance, satisfaction, human and physical evidence service, Korean restaurants, nationality

서 론

한식의 세계화와 한류 열풍 등으로 인해 세계인들의 관심이 높아지면서 한국을 방문하는 외국 관광객 수는 1978년 100만 명에서 2010년에는 879만 명으로 증가하였고 국적으로 더욱 다양해지고 있으며(1), 특히 한국 체류외국인 및 외국 유학생 수도 지속적으로 증가하고 있는 추세이다(2). 이에 한국 식당을 방문하는 외국인도 계속 증가하고 있는데 한식의 세계화를 성공적으로 이끌기 위해서는 한국 음식자체도 중요하지만 식당에서 제공하는 인적 및 물리적 서비스도 중요하다 하겠다.

서비스 마케팅의 여러 요소 중에서 종업원의 복장, 외모, 태도 등과 같은 인적서비스와 서비스가 전달되어지고 서비스기업과 고객의 상호작용이 이루어지는 환경인 물리적 증거는 고객의 기대와 평가에 영향을 준다(3). 한식당에 대한 품질지각 형성에 대한 연구(4)에서 청결도나 공간의 기능성

과 같은 물리적 환경이 중요하다 하였고, 또한 호텔 한식당의 인지된 서비스품질 중 메뉴 서비스, 인적 서비스, 물리적 서비스 순으로 방문 고객들의 만족도에 유의한 영향을 준다고 보고되었다(5). 재미 한식당을 이용한 외국인이 식당 선택할 때 영향을 주는 것은 음식품질이나 메뉴의 다양성 등 V보다는 종업원들의 서비스 및 식당 인테리어, 의자 등의 시설·설비와 관련된 유형의 서비스라 보고되었다(6). Kim(7)은 한국 방문 일본인들이 한식당을 선택할 때 중요하게 생각하는 식당 환경 관련 속성은 식기 및 기구의 청결, 한식당 내부의 청결 등이라 보고하였고, Lee와 Kim(8)은 일본인의 경우, 한식당의 위생에 대해 부정적인 인식을 갖고 있고, 미국인은 메뉴에 대한 정보와 의사소통에 가장 어려움을 느낀다고 보고하였다. 또한 한국, 일본, 태국 등 아시아국가 식당에 대한 미국인의 인식 조사(9)에서 한식당은 일본식당보다 위생, 산뜻함, 밝은 분위기 등에서 유의적으로 낮은 수행도를 보였다고 보고되었다.

*Corresponding author. E-mail: eslyu@pknu.ac.kr
Phone: 82-51-629-5848, Fax: 82-51-629-5842

Kim(10)은 음식관련 활동은 관광지에서 중요한 활동 중 하나인데 수도권 이외 지방 지역식당의 경우, 외국인에 대한 수용태세가 매우 열악하므로 각 지역의 특화된 음식관광 인프라 구축을 통해 관광객의 지역 방문 증가를 유도하는 인바운드 한식세계화가 절실히 필요하다고 보고하였다.

최근 국내를 방문하는 외국인들은 관광 목적 이외에 결혼, 사업, 유학 등으로 인해 체류기간이 장기화되는 경향을 보인다(11). 부산의 경우, 2005년 부산 거주 외국인의 수는 19,547명이었으나, 2010년에는 32,471명으로 39.8%가 증가하였다(12). 특히 이들 국내 거주 외국인들은 한식에 대해 긍정적인 반응을 보이며 본국에 소개하고 싶어 한다고 보고되었고(13), 또한 외국인들의 음식점 선택 시, 동일한 서비스 접점에서 일어난 상황이라도 반응하는 정도는 국가적 문화차이에 따라 상이하다고 보고되었다(11,14,15). 이에 부산지역의 인바운드 한식세계화를 위해서는 부산에 체류하는 외국인들을 대상으로 한식당의 환경에 대한 조사가 매우 필요하다고 보겠다.

따라서 본 연구는 부산지역에 거주하는 외국인이 증가함에 따라 이들을 대상으로 국적에 따른 한식당의 인적 서비스 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도를 조사함으로써 이들이 한식당을 선택할 때 원하는 가치나 품질을 파악하여 앞으로 인바운드 한식세계화에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

내용 및 방법

조사대상 및 실시기간

본 연구는 부산지역 종교단체, 부산국제교류재단, 외국어학원, 한국어학당 등에서 한식당을 방문한 경험이 있는 부산체류 외국인 380명을 대상으로 실시하였다. 연구방법은 훈련된 조사원이 종교단체, 부산국제교류재단, 외국어학원 및 한국어학당을 직접 방문하였고, 각 기관의 관계자를 통해 외국인에게 연구목적을 설명한 후, 설문에 응한 외국인을 대상으로 설문지의 언어를 직접 선택하도록 하였고 조사원이 1:1로 도움을 주며 외국인이 설문지에 기록하게 하는 자기기록법을 이용하였다. 설문지 회수는 380부(회수율: 100%)이며 이중 부실 기재된 설문지를 제외한 총 365부를 통계처리에 이용하였다. 조사기간은 2011년 8월 14일부터 9월 20일까지 실행되었다.

설문지의 구성

설문 내용은 선행연구(6,8,9,11,14)를 기초로 설문 문항을 구성하였고 이를 외국인의 자문을 받아 영어, 일본어, 중국어로 작성하였다. 예비조사는 각국 외국인 5명을 대상으로 내용에 대한 이해력, 언어의 표현 등을 수정 보완하여 이를 토대로 본 조사의 설문문항을 구성하였다. 조사대상자의 일반사항은 성별, 연령, 국적, 거주기간, 한식당 이용 횟수 등으로 구성하였다. 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중

요도 및 만족도 문항은 식당의 분위기, 음악, 조명, 식사공간의 청결, 종업원의 청결, 종업원의 친절함, 종업원의 음식에 대한 간략한 설명, 이해하기 쉬운 메뉴판 등 총 28문항으로 구성하였다. 측정도구는 Likert scale의 5점 척도를 이용하였으며 측정척도는 1점(전혀 중요하지 않다, 전혀 만족하지 않는다)~5점(매우 중요하다, 매우 만족한다)으로 각 단계를 점수화하여 평가하였다. 중요도와 수행도에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 산출한 결과, 중요도의 α 값은 0.8940이었고 수행도의 α 값은 0.9456이었다.

자료처리 및 분석방법

본 연구의 결과는 SPSS/Win 16.0(SPSS Inc., Chicago, IL, USA)을 이용하여 통계분석 하였으며, 일반적인 특성은 빈도, 백분율 및 기술통계분석을 이용하였다. 국적에 따른 한식당에 대한 중요도와 만족도는 t-test와 일원분산분석(one-way-ANOVA)을 실시하였으며 Duncan's multiple range를 통해 유의성을 검증하였다. 외국인의 중요도와 만족도 분석을 위하여 격자도분석(16)을 적용하여 중요도의 평균값을 y축의 분할선으로, 만족도의 평균값을 x축의 분할선으로 하여 중요도와 만족도 평균값보다 높은 영역, 낮은 영역의 네 구간으로 구분하여 분석하였다.

결과 및 고찰

조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반적 특성은 Table 1과 같다. 조사대상자

Table 1. General characteristics of respondents

	Variables	N	(%)
Gender	Male	168	46.0
	Female	197	54.0
	Total	365	100.0
Age (years)	≤29	236	65.4
	30~39	80	22.2
	40≤	45	12.4
	Total	361	100.0
Nationality	American & European	93	25.5
	Japanese	80	22.0
	Chinese	112	30.8
	Southeast asian	79	21.7
	Total	364	100.0
Residence (years)	<1	76	21.5
	1≤ years <2	83	23.4
	2≤ years <3	77	21.7
	3≤ years <5	70	19.8
	5<	48	13.6
	Total	354	100.0
Frequency of visit Korean restaurant (times/week)	<1	77	23.8
	1~2	96	29.6
	3~4	91	28.1
	5≤	60	18.5
	Total	324	100.0

Table 2. Mean scores¹⁾ of importance and satisfaction for human and physical evidence service of Korean restaurants

Attributes	Importance	Satisfaction	t value	Gap
Elegant atmosphere	3.53±0.92 ²⁾	3.28±0.87	4.61**	-0.26
Quiet atmosphere	3.55±0.98	3.07±1.03	7.38**	-0.51
Comfortable atmosphere	3.93±0.86	3.29±1.00	10.12**	-0.63
Attractive Korean style decoration	3.45±1.00	3.34±0.85	1.93	-0.11
Proper background music	3.25±1.04	3.07±0.94	2.81**	-0.19
Proper lighting	3.56±0.89	3.38±0.77	3.85**	-0.21
Cleanliness of dining area	4.45±0.76	3.41±1.01	16.46**	-1.03
Cleanliness of tableware	4.50±0.69	3.41±0.99	17.38**	-1.01
Cleanliness staffs' clothes	4.16±0.82	3.43±0.93	12.01**	-0.73
Kindness of employees	4.34±0.77	3.65±0.95	11.63**	-0.69
Rapid treatment toward complain	4.12±0.83	3.39±1.00	11.51**	-0.72
Provision of prompt and quick service	4.17±0.78	3.60±0.98	9.76**	-0.57
Easily understandable menu board	4.10±0.90	3.17±1.01	13.60**	-0.95
Provision of brief description of food or menu	4.00±0.89	3.28±0.93	11.61**	-0.73
Mean	3.96±0.51	3.33±0.71	14.77**	-0.63

¹⁾Scale score: 1 (not very important)~5 (very important). ²⁾Mean±SD.

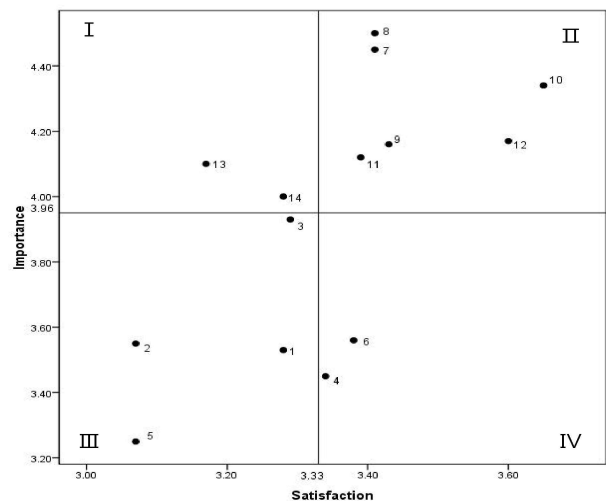
**p<0.01.

365명 중 남자 46%, 여자 54%이었으며, 연령은 20대가 65.4%로 가장 많았다. 대상자의 국가별 분포는 중국인 30.8%, 미국/유럽인 25.5%, 일본인 22.0%, 동남아시아인 21.7% 순이었다. 한국에서의 거주기간은 1년~2년 23.4%, 2년~3년 21.7%, 1년 미만 21.5%, 3년~5년 19.8%, 5년 이상 13.6%이었다. 일주일 평균 한식당을 방문하는 횟수는 1~2회 29.6%, 3~4회가 28.1%, 1회 미만이 23.8%, 5회 이상이 18.5%이었다.

한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도
한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 외국인의 중요도와 만족도 결과를 Table 2에 제시하였다. 전체 평균 점수는 중요도 3.96/5.00점, 만족도 3.33/5.00점으로 나타났으며 유의적인(p<0.01) 차이를 보였다. 항목별로 살펴보면, 중요도는 '식탁의 청결'(4.50점), '식사공간의 청결'(4.45점), '종업원의 친절'(4.34점) 순이었으며, 만족도는 '종업원의 친절'(3.65점), '신속한 서비스 제공'(3.60점), '종업원 복장의 청결'(3.43점)의 순으로 나타났다. 이는 Lee와 Chung(17)의 연구에서 국내 거주 외국인이 한식 레스토랑을 선택할 때 '주방의 위생 및 청결', '식당 내외부의 위생', '종사원 청결성', '고객불평처리 능력', '종사원 태도' 순으로 중요하게 생각한다고 보고한 것과 유사한 결과로, 광우병, 사스, 조류독감 등 식품의 안전성이 국제적으로 문제가 되고 식중독 사고의 위험성으로 인해 음식점을 이용하는 고객들이 위생에 민감하게 반응한 결과로 볼 수 있겠다. 중요도와 만족도 간의 점수 차이(갭)에서 '매력적이고 한국적인 실내장식'을 제외한 모든 항목에서 중요도가 유의적으로(p<0.01) 높은 점수를 보였다. 중요도와 만족도간의 전체 갭 평균 점수는 -0.63이며 항목별로는 '식사공간의 청결'(-1.03), '식탁의 청결'(-1.01), '이해하기 쉬운 메뉴판'(-0.95) 순으로 갭이 큰 것으로 나타나 Jang 등(9)도 미국에 있는 한식당 특성의 중요도 수행도 갭에서 위생이 -0.96으로 가장 컸다고 보고하여 만족도 향상을 위해 한식당의 위생관리에 특히 각별한 노력을 기울여야

할 것으로 조사되었다.

한식당의 인적 및 물리적 서비스의 중요도와 만족도에 대한 격자도 분석결과를 Fig. 1에 제시하였다. I 영역(improve



Human and physical evidence	
Quadrant I	13. Easily understandable menu board (improve it)
	14. Provision of brief description of food or menu
Quadrant II	7. Cleanliness of dining area
	8. Cleanliness of tableware
	9. Cleanliness staffs' clothes
(maintain it)	10. Kindness of employees
	11. Rapid treatment toward complain
	12. Provision of prompt and quick service
Quadrant III	1. Elegant atmosphere
(low priority)	2. Quiet atmosphere
	3. Comfortable atmosphere
	5. Proper background music
Quadrant IV	4. Attractive Korean style decoration
(surplus)	6. Proper lighting

Fig. 1. Grid of importance and satisfaction for human and physical evidence service of Korean restaurants.

it)은 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역으로 ‘이해하기 쉬운 메뉴판’, ‘종업원의 음식에 대한 간략한 설명’이 속하였으며, II영역(maintain it)은 중요도와 만족도가 높은 영역으로 ‘식사공간의 청결’, ‘식탁의 청결’, ‘종업원 복장의 청결’, ‘종업원의 친절’, ‘불평에 대한 적절하고 빠른 대응’, ‘신속한 서비스 제공’이 속하여 중요하게 생각하고 만족하는 서비스 항목으로 조사되었다. 반면 III영역(low priority)은 중요도와 만족도가 낮은 영역으로 ‘우아한 분위기’, ‘조용한 분위기’, ‘편안한 분위기’, ‘적당한 배경음악’이 속하였고, IV영역(surplus)은 중요도는 낮으나 만족도가 높은 영역으로 ‘매력적이고 한국적인 실내장식’, ‘적당한 조명’이 속하였다. Kim 등(18)은 중요도는 높으나 수행도가 낮은 영역에 ‘식사공간의 환경이 위생적이고 청결하다’, ‘고객의 불만사항이 신속히 처리된다’, ‘종업원과 의사소통이 원활하다’, ‘메뉴판은 알아보기 쉽다’가 속한다고 보고하였으며, Bai와 Jinlin(19)은 재미 한식당을 이용한 외국인 고객들이 ‘한국음식점의 서비스’, ‘음식의 양’, ‘가격과 위생’에는 만족하지만 ‘이해하기 어려운 메뉴’, ‘종업원의 서투른 영어로 인한 대화곤란’, ‘환경’ 등에 유의적으로 불만을 나타냈다고 보고하였다. 이들 연구에서 외국인들은 공통적으로 한식당의 메뉴판이나 메뉴에 대한 설명 부족에 대한 만족이 낮은 것으로 나타났는데 한식의 세계화를 위해서는 이와 같은 작은 면에 대한 서비스 개선이 필요하겠다. 본 연구에서도 I 영역에 속한 항목이 ‘이해하기 쉬운 메뉴판’, ‘종업원의 음식에 대한 간략한 설명’으로 조사되어 선행연구 결과와 유사하였다. 메뉴는 고객과 음식점 사이에 이루어지는 최초의 대화 및 홍보의 도구로서 음식점에서 서비스되는 음식에 대한 정보를 제공하는 것이 기본적인 역할이다. 기존의 메뉴판만으로는 외국인에게 이와 같은 기능을 수행하지 못하므로 특별히 한식점을 많이 방문하는 외국인용 메뉴판을 따로 마련해야 할 것으

로 사료된다.

국적에 따른 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도

국적에 따른 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도 점수 결과를 Table 3에 제시하였다. 중요도의 전체 평균 점수에서 미국/유럽인은 3.91/5.00점, 일본인은 3.85/5.00점, 중국인은 4.00/5.00점, 동남아시아인은 4.04/5.00점이며 국적에 따른 유의적인 차이는 보이지 않았다. 항목별로는 ‘우아한 분위기’는 동남아시아인이 가장 높고 일본인과 미국/유럽인이 가장 낮으며 유의적인(p<0.01) 차이를 보였고, ‘편안한 분위기’는 일본인이 다른 국적 외국인보다 유의적(p<0.01)으로 낮은 점수를 보였다. ‘매력적이고 한국적인 실내장식’은 동남아시아인이 다른 국적 외국인보다 유의적(p<0.01)으로 높은 점수를 보였으며, ‘종업원의 음식에 대한 간략한 설명’은 미국/유럽인이 다른 국적 외국인에 비해 유의적(p<0.01)으로 낮은 점수를 보였다.

한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 국적에 따른 만족도 점수 결과를 Table 4에 제시하였다. 만족도의 전체 평균 점수는 동남아시아인 3.77/5.00점, 미국/유럽인 3.40/5.00점, 중국인 3.37/5.00점, 일본인은 2.81점/5.00이며, 동남아시아인이 만족도 점수가 가장 높았고 일본인이 가장 낮았으며 유의적인(p<0.01) 차이를 보였다. 각 항목별로, ‘우아한 분위기’, ‘편안한 분위기’, ‘매력적이고 한국적인 실내장식’, ‘적당한 조명’, ‘식사공간의 청결’, ‘식탁의 청결’, ‘종업원 복장의 청결’은 동남아시아인이 미국/유럽인과 중국인보다 높은 점수를 보였고, 일본인이 가장 낮은 점수를 보였으며 유의적인(p<0.01) 차이가 나타났다. ‘조용한 분위기’는 동남아시아인, 중국인, 미국/유럽인, 일본인 순으로 낮은 점수를 보였으며 각 국적별로 유의적인(p<0.01) 차이를 보였다. ‘종업원의 친

Table 3. Mean scores¹⁾ of importance for human and physical evidence service of Korean restaurants by nationalities

	American & European	Japanese	Chinese	Southeast Asian	F-value
Elegant atmosphere	3.27±0.90 ^{2d}	3.45±0.99 ^{cd}	3.60±0.89 ^{bc}	3.81±0.81 ^a	5.675**
Quiet atmosphere	3.45±0.91	3.49±1.03	3.59±0.91	3.73±1.06	1.373
Comfortable atmosphere	4.07±0.75 ^a	3.65±0.96 ^b	3.95±0.79 ^a	4.05±0.88 ^a	4.514**
Attractive Korean style decoration	3.39±1.02 ^b	3.24±0.94 ^b	3.43±0.96 ^b	3.80±0.99 ^a	4.845**
Proper background music	3.08±1.16	3.24±1.05	3.32±0.94	3.37±1.00	1.328
Proper lighting	3.51±0.96	3.50±0.89	3.54±0.82	3.73±0.85	1.221
Cleanliness of dining area	4.54±0.65	4.33±0.90	4.52±0.78	4.36±0.70	1.829
Cleanliness of tableware	4.57±0.63	4.44±0.74	4.59±0.65	4.38±0.75	2.071
Cleanliness staffs' clothes	4.11±0.86	4.33±0.79	4.06±0.77	4.20±0.87	1.865
Kindness of employees	4.47±0.68	4.29±0.84	4.32±0.71	4.27±0.86	1.280
Rapid treatment toward complain	4.09±0.72	4.03±0.97	4.17±0.81	4.16±0.82	0.625
Provision of prompt and quick service	4.17±0.68	4.10±0.88	4.22±0.77	4.18±0.78	0.395
Easily understandable menu board	4.12±0.98	3.94±0.79	4.12±0.96	4.22±0.80	1.355
Provision of brief description of food or menu	3.71±0.93 ^b	4.00±0.86 ^a	4.17±0.84 ^a	4.11±0.87 ^a	5.251**
Mean	3.91±0.50	3.85±0.65	4.00±0.44	4.04±0.59	1.856

¹⁾Scale score: 1 (not very important)~5 (very important). ²⁾Mean±SD.

Values with different superscripts within the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test. **p<0.01.

Table 4. Mean scores¹⁾ of satisfaction for human and physical evidence service of Korean restaurants by nationalities

	Importance	Satisfaction				F-value
		American & European	Japanese	Chinese	Southeast Asian	
Elegant atmosphere	3.53±0.92 ²⁾	3.39±0.85 ^b	2.78±0.91 ^c	3.25±0.72 ^b	3.71±0.82 ^a	17.641 ^{**}
Quiet atmosphere	3.55±0.98	2.89±1.06 ^c	2.50±1.10 ^d	3.26±0.80 ^b	3.58±0.89 ^a	19.183 ^{**}
Comfortable atmosphere	3.93±0.86	3.37±0.96 ^b	2.60±1.10 ^c	3.38±0.80 ^b	3.79±0.78 ^a	23.535 ^{**}
Attractive Korean style decoration	3.45±1.00	3.49±0.79 ^b	2.86±0.92 ^c	3.28±0.67 ^b	3.78±0.83 ^a	19.048 ^{**}
Proper background music	3.25±1.04	2.99±0.99 ^b	2.65±1.03 ^c	3.19±0.7 ^{ab}	3.41±0.81 ^a	10.324 ^{**}
Proper lighting	3.56±0.89	3.40±0.77 ^b	3.09±0.81 ^c	3.35±0.67 ^b	3.68±0.78 ^a	8.334 ^{**}
Cleanliness of dining area	4.45±0.76	3.39±0.99 ^b	2.65±1.02 ^c	3.57±0.84 ^b	3.99±0.79 ^a	30.336 ^{**}
Cleanliness of tableware	4.50±0.69	3.43±0.99 ^b	2.75±0.99 ^c	3.48±0.83 ^b	3.97±0.84 ^a	24.077 ^{**}
Cleanliness staffs' clothes	4.16±0.82	3.59±0.81 ^b	2.79±0.99 ^c	3.42±0.78 ^b	3.95±0.83 ^a	26.060 ^{**}
Kindness of employees	4.34±0.77	3.90±0.87 ^a	2.99±1.04 ^b	3.72±0.81 ^a	3.96±0.81 ^a	20.934 ^{**}
Rapid treatment toward complain	4.12±0.83	3.63±1.00 ^a	2.85±1.03 ^c	3.33±0.86 ^b	3.76±0.91 ^a	14.494 ^{**}
Provision of prompt and quick service	4.17±0.78	3.87±0.97 ^a	3.04±1.01 ^c	3.54±0.87 ^b	3.97±0.85 ^a	16.787 ^{**}
Easily understandable menu board	4.10±0.90	3.02±1.06 ^{bc}	2.85±1.01 ^c	3.31±0.96 ^b	3.49±0.91 ^a	7.034 ^{**}
Provision of brief description of food or menu	4.00±0.89	3.12±0.93 ^b	3.08±1.02 ^b	3.32±0.85 ^{ab}	3.58±0.88 ^a	5.121 ^{**}
Mean		3.40±0.63 ^b	2.81±0.75 ^c	3.37±0.56 ^b	3.77±0.62 ^a	28.211 ^{**}
Grand mean	3.96±0.51		3.33±0.71			

¹⁾Scale score: 1 (not very important, very bad)~5 (very important, very good). ²⁾Mean±SD.

Values with different superscripts within the same row are significantly different at $p<0.05$ by Duncan's multiple range test. ** $p<0.01$.

절'은 다른 국적 외국인보다 일본인이 유의적으로($p<0.01$) 만족도 점수가 낮았다. '이해하기 쉬운 메뉴판'은 동남아시아인이 중국인, 미국/유럽인, 일본인보다 높은 점수를 보였고 중국인은 일본인보다 높은 점수를 보였으며 유의적인($p<0.01$) 차이를 나타냈다. '불평에 대한 적절하고 빠른 대응'과 '신속한 서비스 제공'은 동남 아시아인과 미국/유럽인이 일본인과 중국인보다 유의적으로($p<0.01$) 높은 만족도 점수를 나타냈다. 이는 외국 현지 한식당에 대한 고객 평가 연구 결과(8)에서 중국인은 '위생', '서비스' 관련 요인에 대해, 미국인은 '음식', '위생' 관련 요인에 대해 높은 평가를 하였으나 일본인은 '위생' 관련요인에 대한 평가가 가장 낮은 것으로 보고되어 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

국적에 따른 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도 격차분석

한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도 격차분석을 미국/유럽인, 일본인, 중국인, 동남아시아인 등의 4개의 국적별로 비교하기 용이하도록 정리하여 Table 5에 제시하였다. 만족도의 전체 평균값(3.33점/5.00점)을 x축의 분할선으로 하고, 중요도의 전체 평균값(3.96점/5.00점)을 y축의 분할선으로 하여 4구간으로 구분한 다음, 각 구간에 해당하는 항목을 국적별로 정리하였다.

중요도는 높으나 만족도가 낮은 I 영역(improve it)에는 미주/유럽인의 경우, '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명'이, 일본인은 '식사공간의 청결', '식탁의 청결', '종업원 복장의 청결', '종업원의 친절', '불평에 대한 적절하고 빠른 대응', '신속한 서비스 제공', '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명'이, 중국인은 '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명'

이 속하는 것으로 나타났으며, 동남아시아인의 경우 이 영역에 속하는 항목이 없었다. Lim 등(13)은 국내거주 외국인들을 대상으로 한 한식세계화 연구에서 동남, 중앙아시아와 유럽, 미주인들이 공통적으로 한국 외식문화에서 가장 불편한 점이 메뉴에 대한 그들의 모국어 혹은 공용어인 영어로의 설명부족이라 하였고, Lee와 Kim(8)의 연구에서 미국인은 메뉴에 대한 정보와 의사소통에 가장 어려움을 느끼는 것으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 따라서 국내 한식당에서는 외국인들이 메뉴에 대한 설명 및 자료제공 부족으로 메뉴에 대한 이해의 어려움을 가지므로 메뉴판 개선 및 종업원들을 위한 교육 프로그램 마련이 선결되어야 할 것이다. 일본인은 한식당의 위생에 대해 낮게 평가를 하다고 보고되었는데(8,15) 최근 Youn 등(20)의 연구에서도 일본 관광객은 한식의 위생이 전반적인 한식이용 만족도에 영향을 준다고 보고하였고 본 연구와도 유사한 결과를 보여 과거의 연구에서와 마찬가지로 현재도 아직 위생적인 부분에 대해 일본인의 만족이 낮은 만큼 국내 한식당에서는 위생과 관련된 세밀한 부분까지도 관심을 갖고 문제점을 찾아 개선하여야 하겠다.

중요도와 만족도가 높은 II 영역(maintain it)에는 미국/유럽인, 중국인, 동남아시아인에게 '식사공간의 청결', '식탁의 청결', '종업원 복장의 청결', '종업원의 친절', '불평에 대한 적절하고 빠른 대응', '신속한 서비스 제공'이 공통으로 속하였고 동남아시아인은 '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명'이 속하였다. 그러나 일본인은 이 영역에 속하는 항목이 없었다. Kim 등(21)의 한식당에 대한 중국 고객들의 평가 연구에서, 고객은 한식당의 서비스 품질에 대해 물리적 환경보다 음식품질과 신속한 서비스를 더

Table 5. Summary on the importance and satisfaction analysis of human and physical evidence service of Korean restaurants by nationalities

	American & European	Japanese	Chinese	Southeast Asian
Quadrant I (improve it)	Easily understandable menu board Provision of brief description of food or menu	Cleanliness of dining area Cleanliness of tableware Cleanliness staffs' clothes Kindness of employees Rapid treatment toward complain Provision of prompt and quick service Easily understandable menu board Provision of brief description of food or menu	Easily understandable menu board Provision of brief description of food or menu	Easily understandable menu board Provision of brief description of food or menu
Quadrant II (maintain it)	Cleanliness of dining area Cleanliness of tableware Cleanliness staffs' clothes Kindness of employees Rapid treatment toward complain Provision of prompt and quick service	Cleanliness of dining area Cleanliness of tableware Cleanliness staffs' clothes Kindness of employees Rapid treatment toward complain Provision of prompt and quick service	Cleanliness of dining area Cleanliness of tableware Cleanliness staffs' clothes Kindness of employees Rapid treatment toward complain Provision of prompt and quick service	Cleanliness of dining area Cleanliness of tableware Cleanliness staffs' clothes Kindness of employees Rapid treatment toward complain Provision of prompt and quick service Easily understandable menu board Provision of brief description of food or menu
Quadrant III (low priority)	Quiet atmosphere Proper background music	Elegant atmosphere Quiet atmosphere Comfortable atmosphere Attractive Korean style decoration Proper background music Proper lighting	Elegant atmosphere Quiet atmosphere Attractive Korean style decoration Proper background music	Elegant atmosphere Quiet atmosphere Comfortable atmosphere Attractive Korean style decoration Proper background music Proper lighting
Quadrant IV (surplus)	Elegant atmosphere Comfortable atmosphere Attractive Korean style decoration Proper lighting	Elegant atmosphere Quiet atmosphere Comfortable atmosphere Attractive Korean style decoration Proper background music Proper lighting	Elegant atmosphere Quiet atmosphere Comfortable atmosphere Attractive Korean style decoration Proper background music Proper lighting	Elegant atmosphere Quiet atmosphere Comfortable atmosphere Attractive Korean style decoration Proper background music Proper lighting

중요한 요인으로 본다고 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

중요도와 만족도가 낮은 III영역(low priority)에는 미국/유럽인은 '조용한 분위기', '적당한 배경음악'이, 중국인은 '우아한 분위기', '조용한 분위기', '매력적이고 한국적인 분위기', '적당한 배경음악'이, 동남아시아인은 이 영역에 해당하는 항목이 없었으나 일본인은 분위기와 관련된 모든 항목이 이 영역에 속해 동남아시아인과 대조적인 결과를 보였다.

중요도는 낮으나 만족도가 높은 IV영역(surplus)에는 미국/유럽인은 '우아한 분위기', '편안한 분위기', '매력적이고 한국적인 분위기', '적당한 조명'이, 중국인은 '편안한 분위기', '적당한 조명'이, 일본인은 이 영역에 해당하는 항목이 없었으나 동남아시아인은 모든 항목이 이 영역에 해당하여 일본인과 다른 결과가 나타났다.

이상의 결과를 살펴볼 때, 동남아시아인은 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 만족도가 높은 편이었으나, 미국/유럽인과 중국인들은 메뉴에 대한 설명 및 자료제공 부족에 따른 메뉴 이해의 어려움을 보였고, 일본인들은 한식당의 위생에 매우 불만족하였으며 전반적인 만족도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 다양한 국적의 외국인들에 대한 메뉴 이해를 위한 노력이 아직 부족한 것으로 나타났는데 국외를 중심으로 급속히 진행되고 있는 한식의 글로벌화에 비해 부산지역 국내거주 외국인들을 위한 배려는 여전히 부족함을 알 수 있었다. 따라서 최근 들어 급증하고 있는 중국인들을 비롯한 유럽인들을 위해 중국어 및 영어로 된 메뉴판 제작과 종업원 교육 등과 같은 실질적인 노력이 필요하며, 또한 일본인 관광객도 증가하고 있는 시점에서 한식당 관계자는 위생관련 측면에 대해 특별한 관심과 관리가 필요하다 보겠다.

한편 본 연구는 부산지역 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 외국인의 국적별 특성을 파악함으로써 인바운드 한식세계화에 필요한 기초자료로 활용될 수 있을 것이나 한식당을 음식유형이나 서비스 수준, 외국인의 거주기간 및 식당 이용 빈도에 따른 세분화를 통한 중요도와 만족도 조사가 수행되지 못한 점이 한계점이므로 차후 이와 같이 세분화된 조사가 수행되어야 하겠다.

요 약

본 연구는 한식당을 이용한 경험이 있는 부산 체류 외국인들을 대상으로 국적에 따른 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 인식 차이를 조사하여 앞으로 부산지역 인바운드 세계화에 기초자료를 제공하고자 시도되었다. 연구 결과, 외국인의 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도의 전체 평균 점수는 중요도 3.96/5.00점, 만족도 3.33/5.00점으로 나타났으며 유의적인($p < 0.01$) 차이를 보였다. 항목별 중요도는 식탁의 청결 > 식사공간의 청결 > 종업원의 친절의 순이었으며, 만족도는 종업원의 친절 > 신속한 서

비스 제공 > 종업원 복장의 청결 순이었다. 중요도와 만족도 간의 전체 겹 평균 점수는 -0.63이며 항목별로는 식사공간의 청결 > 식탁의 청결 > 제공된 메뉴판에 대한 이해 순으로 겹이 큰 것으로 나타났다. 한식당의 인적 및 물리적 서비스의 중요도와 수행도에 대한 격자도 분석에서, 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역(improve it)에는 '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명'이, 중요도와 만족도가 높은 영역(maintain it)에는 '식사공간의 청결', '식탁의 청결', '종업원 복장의 청결', '종업원의 친절', '불평에 대한 적절하고 빠른 대응', '신속한 서비스 제공'이 속하였다. 반면 중요도와 만족도가 낮은 영역(low priority)에는 '우아한 분위기', '조용한 분위기', '편안한 분위기', '적당한 배경음악'이, 중요도는 낮으나 만족도가 높은 영역(surplus)에는 '매력적이고 한국적인 실내장식', '적당한 조명'이 속하였다. 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 국적에 따른 중요도의 전체 평균점수는 미국/유럽인 3.91점, 일본인 3.85점, 중국인 4.00점, 동남아시아인 4.04점이나 유의적인 차이는 없었다. 만족도의 전체 평균 점수는 동남아시아인 3.77점, 미국/유럽인 3.40점, 중국인 3.37점, 일본인은 2.81점이며 유의적인($p < 0.01$) 차이를 보였다. 한식당의 인적 및 물리적 서비스에 대한 중요도와 만족도에 대한 격자분석을 국적별로 정리한 결과, 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역에는 미국/유럽인과 중국인은 '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명', 일본인은 '식사공간의 청결', '식탁의 청결', '종업원 복장의 청결', '종업원의 친절', '불평에 대한 적절하고 빠른 대응', '신속한 서비스 제공', '이해하기 쉬운 메뉴판', '종업원의 음식에 대한 간략한 설명'이, 동남아시아인의 경우 이 영역에 속하는 항목이 없었다. 중요도와 만족도가 모두 높은 영역에는 미국/유럽인, 중국인, 동남아시아인은 '식사공간의 청결', '식탁의 청결', '종업원 복장의 청결', '종업원의 친절', '불평에 대한 적절하고 빠른 대응', '신속한 서비스 제공'이 공동으로 모두 속하였으나 일본인은 이 영역에 속하는 항목이 없었다.

감사의 글

본 논문은 2011학년도 부경대학교 연구년 교수 지원사업에 의하여 연구되었음(PS-2010-032).

문 헌

1. Lee JW. 2011. Open Korea wave era tourist 100 billion. Hankook Daily News. <http://news.hankooki.com/ArticleView/ArticleViewSH.php?url=entv/201101/sp2011010306022996010.htm&cd=2204&ver=v002>.
2. Kim KW. 2011. Foreigners residing in Korea has increased 2.5 times in the last five years. Hankyoreh Daily News. http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/481530.html.

3. Yi YJ. 2009. *Service Marketing*. 4th ed. Hakhyunsa, Paju, Korea. p 172-224.
4. Chun BG, Choi SK. 2002. The study of service quality perception determinants on Korean restaurants: focus on Gyeongju. *Foodservice Management Research* 5: 127-142.
5. Min KH. 2008. A study on the effects of service quality on customer satisfaction, revisiting intention, and word-of-mouth communication regarding Korean hotel restaurants. *Korean J Food Cookery Sci* 24: 780-787.
6. Lee SJ, Chae IS. 2008. Expectation and satisfaction of foreign customers visiting Korean restaurants located in USA: analysis for food and service attributes through IPA analysis. *Korean J Food Culture* 23: 152-162.
7. Kim SH. 2004. Korean menu preference and buying behaviors on the Japanese residents in Korea. *Foodservice Management Research* 7: 129-148.
8. Lee MA, Kim S. 2006. Analysis of foreign customers' evaluation of service performance for Korean traditional restaurants. *Korean J Food Cookery Sci* 23: 736-745.
9. Jang S, Ha A, Silkes CA. 2009. Perceives attributes of Asian foods: from the perspective of the American customers. *International J Hospitality Management* 28: 63-70.
10. Kim TH. 2011. Inbound Korean food globalization plan. Foodservice Management Society Fall Academic Symposium. p 45-55.
11. Jang JH, Seo SH. 2009. Foreigners' attitudes toward Korean foods and dining out behavior of Korean cuisine restaurants based on their nationality and involvement. *Foodservice Management Research* 12: 141-160.
12. Korean Statistical Information Service, Statistical Database 2010. Available from: http://kosis.kr/abroad/abroad_01List.jsp#jsClick.
13. Lim HJ, Lee IH, Suk WH, Lee J, Choue R. 2010. Evaluation of the globalization of Korean foods and Yak-sun among nationalities of foreigners living in Korea. *Korean J Food Culture* 25: 671-679.
14. Kim SJ, Cho MH, Lee KH. 2010. A study on motives behind food choices of foreigners living in Korea. *Korean J Food Culture* 25: 141-149.
15. Seo KH, Lee SB, Shin MJ. 2003. Research on Korean food preference and the improvement of Korean restaurants for Japanese and Chinese students in Korea. *Korean J Food Cookery Sci* 19: 715-722.
16. Green CG. 1993. Using customer survey data to develop marketing strategies in college/university foodservices. *J College & University Foodservice* 1: 39-51.
17. Lee SM, Chung HY. 2009. A study on revisiting, satisfaction and Korean restaurant selection of foreigners living in the Korea. *Foodservice Management Research* 12: 293-313.
18. Kim S, Lee MA, Kim EM, Lee SJ. 2004. The gap analysis of recognition and preference for Korean traditional foods and restaurants between foreign visitors and foreign residents. *Korean J Food Cookery Sci* 20: 619-629.
19. Bai YH, Jinlin Z. 2003. Marketing strategy for Korean restaurants in Florida: through view of customers' preference, recognition and satisfaction. *Foodservice Management Research* 6: 85-100.
20. Youn NM, Lee SH, Yoon YS. 2010. A comparative study on the recognition and attitude of Korean foods for Japanese and Chinese tourists in Korea. *Foodservice Management Research* 13: 149-168.
21. Kim KJ, Feng L, Kim DJ. 2009. An analysis on Korean-style restaurant selection attributes in China. *Foodservice Management Research* 12: 245-265.

(2011년 12월 12일 접수; 2012년 2월 6일 채택)