

외식 창업 메뉴 기획에 관한 연구

이 재 현[¶]

김포대학 겸임교수

A Study on Menu Planning in Foodservice Enterprises - Focused on Menu of Theme Restaurants -

Jae-Hyun Lee[¶]

Professor Dept. of Culinary, Kimpo College

Abstract

This study conducted a survey on 290 employees in 6 theme western restaurants, proposing differences in the menu planning of western food enterprises based on the factors that influence on the inside and outside of western restaurants as well as the theme industries in order to clear up the characteristics peculiar to and factors related to the menu planning of western food enterprises. The results are as follows.

According to the results, even with same foodservice industries, they have to search for their own exclusive menu from a marketing aspect because of the full of ups and downs based on the dealing items: for six western restaurants by theme, it showed that there is a significant difference in marketing factors. Particularly, they have to plan these points-considered menu, given that general flavor is the most important point, followed by environment or atmosphere and service.

In the result, it should not only apply the developed menu according to industries and dealing items differently, but also arrange a comfortable atmosphere and kind services, centering on health food in the select menu of mid and low prices verified above, through a sufficient location survey in advance and a firm preparation accompanied by consumers.

Key words : menu planning, foodservice, theme, Enterprise, management, industry.

I. 서 론

과거의 외식 경영에 있어서 메뉴가 단지 식음료의 종류를 기록하고 나열하는 기능을 수행하던 것에 불과했던 때도 있었으나 현대 식당 경영에 있어서는 판매와 관련하여 중요한 상품으로 그 역할이 증진되어 왔다. 이러한 메뉴는 식음료 사업의 경

¶ : 교신저자, 010-3032-7252 jaehyun72527252@hanmail.net, 경기도 김포시 월곶면 포내리 산 14-1번지

영자와 수요자인 고객을 연결해 주는 역할을 수행함으로써 수익성 있는 경영 성과를 위한 중요한 요소가 되고 있으며 목표 달성을 위하여 매우 철저히 관리되어야 할 주요 분야가 되었다.

메뉴의 내용에 따라서 식음료의 구매, 저장, 재고 관리, 음식의 조리, 서비스나 작업계획 등 여러 가지 형태의 메뉴 관리 내용이 결정되고 결과적으로 경영 효율에 지대한 영향을 미치게 된다. 또한 메뉴의 내용과 범위에 따라서 경영 실적이 결정된다. 즉 식당의 경영은 메뉴의 기획으로부터 시작된다고 할 수 있다.

또한 과거와는 달리 현대 소비자의 입장에서 메뉴는 단순히 음식의 종류를 나열해 놓은 것이 아닌 영양의 섭취, 건강식에 대한 욕구, 선택에 대한 다양성 등 많은 것을 요구한다. 이와 같이 다양화된 고객의 욕구를 충족시키기 위해서는 소비자의 기호를 정확히 파악하고 여기에 맞는 메뉴의 기획으로 경쟁 업소와 대비시켜 차별적이고 경쟁력 있는 신 메뉴를 기획하여 지속적으로 유지시키는 것이 관건이 된다.

이와 같은 점에서 본 연구에서는 창업 양식에서의 경쟁력 있는 메뉴 기획을 제안하는데 목적을 두고 다음과 같은 내용을 중점 규명하고자 한다.

첫째, 양식 창업 메뉴 기획 요인에 대한 고유 속성과 관련 요인을 밝힌다.

둘째, 양식당의 테마 업종에 따른 양식 창업 메뉴 기획의 차이를 밝힌다.

셋째, 양식당의 내부, 외부 영향 요인에 따른 양식 창업 메뉴 기획의 차이를 밝힌다.

II. 이론적 고찰

1. 외식 창업

창업이란 말 그대로 기업을 새로이 창조하는 것으로 인적·물적 자원을 적절히 결합하여 미리 설정된 기업 목적을 달성하기 위하여 상품이나 서비스를 조달, 생산, 판매하거나 그와 부수된 활동을 수행하는 것이라 할 수 있다. 따라서 개인적 입장에서는 기존에 있는 사업체를 인수하든 완전히 새롭게 사업을 시작하면 이를 곧 창업으로 볼 수 있다(김병욱 1999). 다만 법률적 의미에서 창업에 대한 정의는 다소 엄격한데 그것은 창조에 따른 지원법에 따르면 창업이란 법 제2조 제1항 및 시행령 제3조에 의거 “새로이 중소기업을 설립하는 것으로서 원시적으로 사업을 개시하는 것”을 의미한다. 원시적인 사업의 개념이란 기존 사업의 변경이 아닌 새로운 사업이 창출되는 것으로서 새로운 사업주체(법인, 개인 사업자)가 새로운 사업을 개시하는 것을 말한다. 정부에서는 국민경제의 발전과 지역 간 균형 성장을 위해 중소기업의 창업절차를 간소화하고 금융세계 등 지원을 하고 있다. 다만, 창업 지원 대상은 중소기업을 새로이 창설하는 효과가 있는 경우로 한정하고 있어, 중소기업 기본 법상의 중소기업 범위와 중소기업 지원 법상의 창업에 해당하여야 한다.

〈표 1〉 선행연구자의 평가항목 비교

연구자	평가 항목
Miller(1992)	메뉴 평가 소항목 단위 40개 제시
Kreck(1984)	8개 항목 제시 ·아트디자인·레이아웃·글자체·인쇄·광고·마케팅 ·차별성·창의성
Seaberg(1987)	8개 항목 제시 ·12호 이하 활자체 사용금지·읽기 쉽게 필기체 인쇄 ·머리글자 로마자 사용 ·각 행간 간격 3포인트 이상 ·글씨체가 식당과 부합되도록 할 것. ·특별한 형태 활자 사용금지 ·어두운 색 사용 ·뒷면 장식 금지
Doppler(1989)	3개 항목 제시 ·고객 중심의 마케팅 우선 고려 ·설비와 메뉴 품목을 고려한 항목 반영 ·고객요구 조건이 통합된 메뉴 평가 기획

자료 : 선행연구를 바탕으로 본 연구자가 구성.

2. 선행연구를 통한 메뉴 계획 이론의 고찰

먼저 메뉴 분류에 앞서 메뉴의 유형별 분류를 살펴볼 필요가 있는데 메뉴를 분류하는 기준은 논자에 따라 각각 다르다(Anthony M·Ferdinand W 1986). 그리고 학자마다 다른 기준을 적용하여 메뉴를 분류하고 있다(Jack D 1984.). 먼저 메뉴 계획 관련 전반적인 연구 동향을 보면 Kasavana는 아이템의 선호도와 수익성에 관하여 메뉴를 분석하였다. 그는 Menu Engineering이라는 정형화된 메뉴 분석 프로그램으로 메뉴상의 아이টে을 고객의 선호도와 원가를 기준으로 4가지 그룹으로 분류하였다(Michael L. Kasavana 1985). Miller는 아이টে의 수용성을 중심으로 메뉴를 분석하였는데 메뉴상의 아이টে이 판매되는 빈도에 따라 아이টে이 고객으로부터 호응을 받고 있는지를 판단하는 기준을 제시하였다(Jack E. Miller 1992).

한편 메뉴 평가와 관련된 연구에서는 Miller, Kreck, Seaberg, Dopler 등을 들 수 있는데, 이들 내용을 세부화 시켜 보면 먼저, Jack E. Miller는 자체 메뉴 평가 항목을 제시했는데, 그는 다음에 제시하는 여러 가지의 평가 항목들은 메뉴 계획과 디자인 과정에서 일반적으로 고려되는 항목들로 특정 식당의 메뉴를 평가하는데 도움을 줄 수 있는 항목들이나 모든 항목들이 모든 식당에 공통적으로 적용될 수 있는 것은 아니라고 하였다. 여기서 중요한 것은 메뉴의 계획과 디자인시 고려되는 변수들 중에서 특정한 식당의 상황에 적합한 평가 기준을 제시된 평가 항목을 참고로 메뉴를 자체 평가할 것을 주장하였다(Jack et al. 1992).

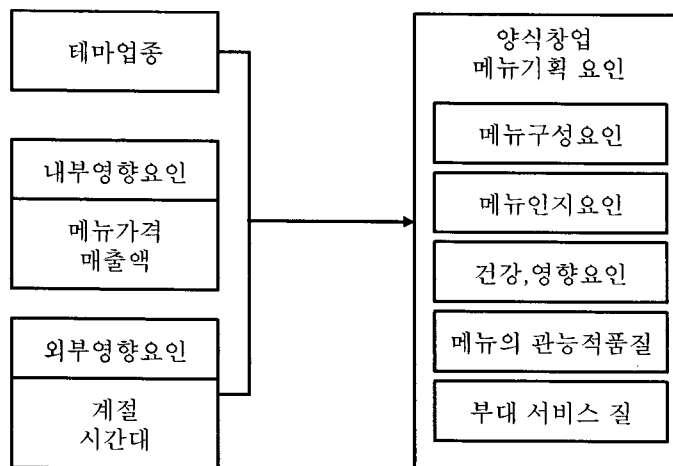
이상의 고찰된 내용은 메뉴 계획과 디자인시 고려되는 변수들로 특정 식당의 메뉴의 계획과 디자인을 객관적으로 평가할 수 있는 변수를 선정하고, 평가의 기준은 선정된 변수가 된다. 한편, 메뉴의 평가에 있어 이 평가는 메뉴의 계획과 디자인 과정의 평가와 동일한 평가 기준으로 이루어지나, 사람이 아닌 메뉴 자체가 평가의 대상이 된다. 이러한 점을 감안한다면 만약 메뉴 계획자와 메뉴 디자이너가 메뉴의 계획과 디자인 과정에서 이론을 바탕으로 메뉴를 계획하고 디자인했다면 특정 식당의 메뉴는 긍정적으로 평가되어지게 될 것이다. 따라서 위에서 논의된 내용을 바탕으로 다음 장에서는 실제 외식 창업에 따른 메뉴 계획에 대한 실증 조사를 통해 양식당의 제유형별 창업주를 대상으로 조사 후 그 실태와 대안을 밝히고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구의 모형

본 연구에서의 설문지의 개발은 소비자 행동과 메뉴 선택 행동, 메뉴 기획 등에 대해 이론적 배경을 두고 고객의 메뉴 선택 행동의 흐름을 파악하여 고객지향적인 양식 창업 메뉴를 기획하는데 있다. 고객이 메뉴를 선택할 때 고려해야 하는 요인으로서 메뉴 자체의 본질적 요인과 내, 외부 영향 요인, 매개 요인 등이 많기 때문에 이를 완벽하게 설명한다는 것은 어려운 작업이다. 그러나 이러한 요인 중에서 양식 창업 메뉴에 맞는 기획 트렌드를 결정하는 주요 변수들을 체계적으로 정리하여 영향 정도를 파악하는 것은 매우 의미가 있을 것이다(박재호 1998).

따라서 실증 설문지의 개발은 소비자의 합리적인 의사 결정 과정, 박재호(1998), 이동근(2002), 박정훈(2002)의 선행 연구를 바탕으로 메뉴 선택 과정, 메뉴 선택 행



〈그림 1〉 연구의 모형

동의 흐름을 중심으로 설정하였다.

고객은 메뉴에 관한 어떠한 대안 평가 방식을 더 선호하는지 그리고 어떠한 과정을 통하여 메뉴를 선택하는지를 하나의 연속적 흐름 속에서 파악하고 메뉴 기획 시 고려 요인과 영향 요인의 작용을 규명하고자 한다.

2. 가설의 설정

양식 창업 메뉴 기획을 고려하기 위해서는 메뉴 선택 행동이 어떠한 과정을 통하여 이루어지는지와 이 과정에서 발생하는 여러 변수들이 서로 어떠한 영향을 주고 받는지를 파악하는 것이 중요하다. 따라서 연구 가설은 이러한 흐름 속에서 설정되었다.

- 〈가설 1〉 양식당의 테마 업종에 따라 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 1-1〉 양식당의 테마 업종에 따라 메뉴의 구성 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 1-2〉 양식당의 테마 업종에 따라 메뉴의 인지도 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 1-3〉 양식당의 테마 업종에 따라 메뉴의 건강·영양 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 1-4〉 양식당의 테마 업종에 따라 메뉴의 관능적 품질 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 1-5〉 양식당의 테마 업종에 따라 메뉴의 서비스 질 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 2〉 양식당의 내부 영향 요인에 따라 양식 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 2-1〉 양식당의 매출액에 따라 양식 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 2-2〉 양식당의 메뉴 가격에 따라 양식 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 3〉 양식당의 외부 영향 요인에 따라 양식 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 3-1〉 양식당의 매출이 가장 높은 계절에 따라 양식 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.
- 〈가설 3-2〉 양식당의 매출이 가장 높은 시간대에 따라 양식 창업 메뉴의 기획 요인에 차이가 있을 것이다.

3. 조사 설계

설문조사는 설문지법으로 설문조사의 대상은 서울 소재 전문 양식당 종사자를 대

〈표 2〉 조사 대상

소재지	업종	인원
서울시 소재 양식당 창업주	일반 경양식 전문점	50명
	월남·태국 등 동남아 음식 전문점	50명
	바비큐 전문점	50명
	해물 전문점	50명
	이태리 전문점	50명
	디저트 음식 전문점	50명
	랍스타 전문점	50명
계		350명

상으로 표본추출을 하며, 2004년 8월 21일부터 30일까지 예비조사를 실시하여 설문 의 항목을 검토한 후, 2004년 9월 1일부터 20일까지 140명을 대상으로 본 조사를 위 한 설문지를 배포하여 본 조사를 실시하였다.

설문지는 조사의 목적과 설문지 개요를 설명한 조사자들에게 배포·회수하며, 조 사대상은 조사의 목적과 방법을 들은 후에 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자 기 기입법(self-administered questionnaire survey method)으로 실시하였다.

4. 설문지의 구성과 분석 방법

1) 설문지의 구성

본 조사의 설문지는 조사 대상자의 일반적 사항에 관한 항목, 양식당 창업 시 메 뉴형태에 관한 15문항, 양식 메뉴 기획 영향 요인 20문항, 메뉴의 구성 요인 5문항, 양식메뉴의 인지도 5문항, 메뉴의 영양적 요인 5문항, 메뉴의 관능적 품질 5문항, 부 대 서비스 요인 5문항으로 나누어 중요도를 알아보기 위한 문항으로 총 7개 부분으 로 구분되어 있다. 〈표 3〉은 설문지의 구성이다.

설문지의 구성은 외식 형태와 레스토랑의 메뉴 기획에 관한 변수로 이동근(2002) 이 제안한 항목과 박정훈(2002)이 제안한 항목을 착안하였으며, 메뉴 기획에 관한 변수는 조문수(1994)와 나정기(1998)가 제안한 항목을 착안하여 연구자가 재구성하 였다.

IV. 분석 결과

1. 연구 대상자의 인구통계학적 특성

〈표 3〉 측정 변수 및 문항

요인	내용	번호	문항수	척도
일반적 경험 요인	· 신 메뉴 기획 · 판매에 영향 요인	1~7	7	명목척도 서열척도
메뉴 구성 요인	· 차별성 · 신메뉴 지속 제공	8~12	5	등간척도
양식 메뉴 인지 요인	· 음식 설명 · 지속적 홍보	13~17	5	"
건강 및 영양 요인	· 식재료 차별성 · 균형된 영양 함유	18~22	5	"
관능적 품질 요인	· 양 · 온도	23~27	5	"
서비스 질 요인	· 청결성 · 조리시간	28~32	5	"
내·외부 영향 요인	· 계절, 시간대 · 매출액, 메뉴 가격	33~42	10	명목척도 서열척도
인구통계적 요인	· 성별 · 연령	43~47	5	"
계			47문항	

〈표 4〉는 연구대상자의 인구통계학적 특성에 대해 빈도분석을 실시한 결과이다. 성별에서는 남자가 51.0%, 여자가 49.0%로 나타났고, 25세 미만이 19.7%, 25~30세가 37.6%, 31~40세가 28.6%, 41~50세가 10.3%, 51세 이상이 3.8%로 나타났다. 월 소득에서는 100만원 이하가 19.3%, 101~150만원이 33.1%, 151~200만원이 14.8%, 201~250만원이 16.9%, 251~300만원이 6.2%, 301만원 이상이 9.7%로 나타났고, 학력에서는 고졸 이하가 26.2%, 전문대졸이 51.4%, 대졸이 16.2%, 대학원졸 이상이 6.2%로 나타났다. 결혼 여부에서는 미혼이 56.9%, 기혼이 43.1%로 나타났다.

〈표 5〉는 연구대상의 테마 업종을 빈도분석 한 결과이다. 이태리 전문점, 스테이크 전문점, 동남아 음식점, 해물 전문점, 바비큐 전문점, 패밀리 레스토랑의 각 업종 별로 50부의 설문지를 배포하여 미 회수된 10매의 설문지를 제외한 총 290매의 설문지가 분석에 사용되었다.

2. 국내 영업중인 양식당의 신메뉴 기획에 관한 문항 분석

1) 양식당의 내부/외부 영향 요인

〈표 4〉 연구대상자의 인구통계학적 특성

		빈도(명)	비율(%)
성별	남자	148	51.0
	여자	142	49.0
연령	25세 미만	57	19.7
	25~30세	109	37.6
	31~40세	83	28.6
	41~50세	30	10.3
	51세 이상	11	3.8
월소득	100만원 이하	56	19.3
	101~150만원	96	33.1
	151~200만원	43	14.8
	201~250만원	49	16.9
	251~300만원	18	6.2
	301만원 이상	28	9.7
학력	고졸 이하	76	26.2
	전문대졸	149	51.4
	대졸	47	16.2
	대학원 졸 이상	18	6.2
결혼 여부	미혼	165	56.9
	기혼	125	43.1
합계		290	100.0

〈표 5〉 조사대상의 업종

		빈도(명)	비율(%)
조사 대상의 업종	이태리 전문점(안나버니)	50	17.2
	스테이크 전문점(아웃백 스테이크)	50	17.2
	동남아 음식점(실크 스파이스)	49	16.9
	해물 전문점(아쿠아리움)	49	16.9
	바베큐 전문점(BBQ)	48	16.6
	패밀리 레스토랑(씨즐러)	44	15.2
	합계	290	100.0

〈표 6〉은 양식당의 일반적 특성에 대해 빈도분석을 실시한 결과이다. 운영기간에서는 4~5년이 26.2%로 가장 많았고, 5~10년이 20.3%, 2~3년, 3~4년이 17.2%로 나타났다. 주요 메뉴의 1인분 가격에서는 2만원 이상이 49.0%로 가장 많았고, 1~2만

〈표 6〉 양식당의 일반적 특성

	빈도(명)	비율(%)	
양식당의 운영 기간	4~5년	76	26.2
	5~10년	59	20.3
	2~3년	50	17.2
	3~4년	50	17.2
	1~2년	22	7.6
	10년 이상	20	6.9
	1년 미만	13	4.5
주요 메뉴의 1인분 가격	20,000원 이상	142	49.0
	10,000~20,000원	114	39.3
	5,000~10,000원	19	6.6
	5,000원 이하	15	5.1
월 평균 매출액	3억 이상	81	27.9
	1~2억	72	24.8
	2~3억	50	17.2
	5000만원 이하	32	11.0
	7500만원~1억	29	10.0
	5000~7500만원	26	9.0
매출액이 가장 많은 계절	여름	115	39.7
	겨울	112	38.6
	가을	55	19.0
	봄	8	2.8
매출액이 가장 많은 시간대	5시 이후	158	54.5
	2~5시 사이	74	25.5
	12~2시 사이	56	19.3
	오전 12시 이전	2	0.7
합계	290	100.0	

원이 39.3%로 나타나 양식당의 1인분 가격은 다른 식당에 비해 높은 수준인 것으로 분석되었다. 월 평균 매출액에서는 3억 이상이 27.9%로 가장 많았고, 1~2억이 24.8%, 2~3억이 17.2% 순으로 나타나 양식당의 월 매출액은 다른 업종에 매출액이 높은 것으로 나타났다. 매출액이 가장 많은 계절에서는 여름이 39.7%로 가장 많았고, 겨울이 38.6%로 나타나 양식당의 메뉴에 따라 계절의 영향을 많이 받고 있는 것으로 분석되었다. 매출액이 가장 많은 시간대에서는 5시 이후 저녁 시간이 54.5%로 가장 많았고, 2~5시 사이가 25.5%, 12~2시 사이가 19.3%로 나타났다.

3. 가설의 검증

1) 가설 1의 검증

<가설 1> 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 1-1> 양식 창업 메뉴의 구성 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.

테마 업종에 따른 메뉴의 구성의 중요성을 일원배치분산분석으로 분석한 결과이다. 일원배치분산분석을 통해 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판단된 변수에 한해 사후검증(Duncan's Test)을 실시하여 그 구체적인 차이를 살펴보았다. 테마 업종에 따른 메뉴의 구성의 중요성에는 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($F=3.012, p<.05$). 사후검증을 통하여 해물 전문점($M=4.10$), 스테이크 전문점($M=4.07$)이 다른 테마 업종에 비해 메뉴의 구성을 중요하게 생각하는 것으로 분석되었고, 바비큐 전문점($M=3.79$), 이태리 전문점($M=3.76$)은 메뉴의 구성을 덜 중요시하는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 해물 전문점이나 스테이크 전문점의 경우 음식의 특성상 다양한 메뉴가 존재하고 각 메뉴의 특성이 독특하기 때문에 충분한 설명이 필요하기 때문인 것으로 분석되었다. 따라서 양식 창업 메뉴의 구성 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 1-1>은 채택되었다.

<가설 1-2> 양식 창업 메뉴의 인지도 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.

테마 업종에 따른 메뉴의 인지도의 중요성을 일원배치분산분석으로 분석한 결과이다. 일원배치분산분석을 통해 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판단된 변수에 한해 사후검증(Duncan's Test)을 실시하여 그 구체적인 차이를 살펴보았다. 테마 업종에 따른 메뉴의 인지도의 중요성에는 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($F=12.450, p<.05$). 사후검증을 통하여 스테이크 전문점($M=4.41$), 해물 전문점($M=4.17$), 패밀리 레스토랑($M=4.15$)이 다른 테마 업종에 비해 메뉴의 인지도를 중요하게 생각하는 것으로 분석되었고, 동남아 음식점($M=3.53$)은 메뉴의 인지도를 덜 중

요시하는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 스테이크 전문점, 이태리 전문점, 해물 전문점의 경우 보다 다양한 메뉴를 가지고 있기 때문에 메뉴판이나 종업원의 적극적인 추천을 통해 다양한 메뉴를 알리는 것을 통해 소비자가 다양한 메뉴에 보다 쉽게 접근할 수 있게 하는 것을 중요한 것으로 분석되었다. 따라서 양식 창업 메뉴의 인지도 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 1-2>는 채택되었다.

<가설 1-3> 양식 창업 메뉴의 건강·영양 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.

테마 업종에 따른 메뉴의 영양적 품질의 중요성을 일원배치분산분석으로 분석한 결과이다. 일원배치분산분석을 통해 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판단된 변수에 한해 사후검증(Duncan's Test)을 실시하여 그 구체적인 차이를 살펴보았다. 테마 업종에 따른 메뉴의 영양적 품질의 중요성에는 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($F=8.274, p<.05$). 사후검증을 통하여 스테이크 전문점($M=4.15$), 해물 전문점($M=3.93$)이 다른 테마 업종에 비해 메뉴의 영양적 품질을 중요하게 생각하는 것으로 분석되었고, 동남아 음식점($M=3.31$)은 메뉴의 영양적 품질을 덜 중요시하는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 스테이크 전문점, 해물 전문점의 경우가 보다 식재료나 조리법에 있어 건강을 유의하여 메뉴를 준비하는 것으로 분석되었다. 하지만 동남아 음식점의 경우 영양적 품질보다는 색다른 타국의 음식을 제공한다는 점에 중점을 두기 때문에 타 업종에 비해 영양적 품질에 대한 중요성이 낮은 것으로 분석되었다. 따라서 양식 창업 메뉴의 영양적 품질은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 1-3>은 채택되었다.

<가설 1-4> 양식 창업 메뉴의 관능적 품질 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.

테마 업종에 따른 메뉴의 관능적 품질의 중요성을 일원배치분산분석으로 분석한 결과이다. 일원배치분산분석을 통해 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판단된 변수에 한해 사후검증(Duncan's Test)을 실시하여 그 구체적인 차이를 살펴보았다. 테마 업종에 따른 메뉴의 관능적 품질의 중요성에는 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($F=2.380, p<.05$). 사후검증을 통해 다른 테마 업종에 비해 이태리 전문점($M=4.06$)이 메뉴의 관능적 품질을 덜 중요하게 생각하는 것으로 분석되었다. 양식 창업 메뉴의 관능적 품질 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 1-4>는 채택되었다.

<가설 1-5> 양식 창업 메뉴의 서비스 질 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.

테마 업종에 따른 메뉴의 서비스 질의 중요성을 일원배치분산분석으로 분석한 결과이다. 일원배치분산분석을 통해 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판단된

변수에 한해 사후검증을 실시하여 그 구체적인 차이를 살펴보았다. 테마 업종에 따른 메뉴의 서비스 질의 중요성에는 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($F=5.713, p<.001$). 사후검증을 통하여 다른 테마 업종에 비해 바비큐 전문점($M=3.79$)이 서비스의 질을 덜 중요하게 생각하는 것으로 분석되었다. 이는 바비큐 전문점의 표본으로 조사한 BBQ가 매장 내 음식 제공뿐 아니라 포장 판매, 배달 판매를 병행하고 있기 때문에 종업원의 서비스 질에 있어서는 다른 업종에 비해 중요성을 덜 두기 때문인 것으로 분석되었다. 따라서 양식 창업 메뉴의 구성 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 1-5>는 채택되었다.

2) 가설 2 검증

<가설 2> 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 내부영향 요인에 따라 차이가 있을 것이다.

<가설 2-1> 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출액에 따라 차이가 있을 것이다.

매출액에 따른 메뉴 기획 요인의 차이를 분석하기 위해 양식당을 매출액 2억을 기준으로 2억 미만, 2억 이상인 양식당으로 나누어 *t-test*를 실시한 결과이다. 결과를 보면, 메뉴의 인지도와 메뉴의 영양적 품질에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p<.05$). 메뉴의 인지도에서는 매출액이 2억 미만($M=4.10$)인 양식당이 2억 이상($M=3.94$)인 업소에 비해 높은 것으로 나타나 매출액이 적은 소규모의 양식당일수록 다양한 메뉴를 소비자에게 알리는데 더욱 중점을 두고 있는 것으로 분석되었다. 메뉴의 영양적 품질에서도 매출액이 2억 미만($M=3.85$)인 양식당이 2억 이상($M=3.66$)인 양식당에 비해 높은 것으로 나타나 매출액이 적은 소규모의 양식당일수록 메뉴의 영양적 품질 개발을 통해 매출을 늘리고자 하는데 애쓰는 것으로 분석되었다. 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출액에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 2-1>은 채택되었다.

<가설 2-2> 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 메뉴 가격에 따라 차이가 있을 것이다.

메뉴의 가격에 따른 메뉴 기획 요인의 차이를 분석하기 위해 양식당을 1인분 메뉴 가격을 2만원 기준으로 2만원 미만, 2만원 이상인 양식당으로 나누어 *t-test*를 실시한 결과이다. 결과를 보면, 메뉴의 인지도와 메뉴의 영양적 품질에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p<.05$). 메뉴의 인지도에서는 메뉴의 가격이 2만원 미만($M=4.12$)인 양식당이 2만원 이상($M=3.93$)인 양식당에 비해 높은 것으로 나타나 메뉴 가격이 낮은 양식당의 경우 다양한 메뉴를 소비자에게 알리는 것을 통해 이익을 극대화하고자 노력하고 있는 것으로 분석되었다. 메뉴의 영양적 품질에서도 메뉴 가격이 2만원 미만($M=3.88$)인 양식당이 2만원 이상($M=3.66$)인 양식당에 비해 높은

〈표 7〉 가설검증 요약표

가설	통계 분석 기법	채택 여부
〈가설 1〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.		
〈가설 1-1〉 양식 창업 메뉴의 구성 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	일원배치분산분석	○
〈가설 1-2〉 양식 창업 메뉴의 인지도 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	"	○
〈가설 1-3〉 양식 창업 메뉴의 건강·영양 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	"	○
〈가설 1-4〉 양식 창업 메뉴의 관능적 품질 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	"	○
〈가설 1-5〉 양식 창업 메뉴의 서비스 질 요인은 양식당의 테마 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	"	○
〈가설 2〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 내부 영향 요인에 따라 차이가 있을 것이다.		
〈가설 2-1〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출액에 따라 차이가 있을 것이다.	t-test	○
〈가설 2-2〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 메뉴 가격에 따라 차이가 있을 것이다.	"	○
〈가설 3〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 외부 영향 요인에 따라 차이가 있을 것이다.		
〈가설 3-1〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출이 가장 높은 계절에 따라 차이가 있을 것이다.	t-test	○
〈가설 3-2〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출이 가장 높은 시간대에 따라 차이가 있을 것이다.	"	×

것으로 나타나 메뉴 가격이 낮은 양식당일수록 메뉴의 영양적 품질 개발을 통해 보다 높은 가격의 메뉴를 개발하여 양식당의 이익을 늘리고자 하는데 애쓰는 것으로 분석되었다. 따라서 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 메뉴 가격에 따라 차이가 있을 것이다 라는 〈가설 2-2〉는 채택되었다.

3) 가설 3의 검증

〈가설 3〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 외부 영향 요인에 따라 차이가 있을 것이다.

〈가설 3-1〉 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출이 가장 높은 계절에 따라 차이가 있을 것이다.

매출이 높은 계절에 따른 메뉴 기획 요인의 차이를 분석하기 위해 양식당을 봄, 여름에 매출이 많은 양식당과 가을, 겨울에 매출이 많은 양식당으로 나누어 *t*-test를 실시한 결과이다. 결과를 보면, 서비스 질을 제외한 메뉴의 구성, 인지도, 영양적 품질, 관능적 품질에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p < .05$). 봄, 여름에 매출이 높은 양식당이 가을, 겨울에 매출이 높은 양식당에 비해 메뉴의 구성, 인지도, 영양적 품질, 관능적 품질을 보다 중요시하는 것으로 나타났다. 따라서 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출이 가장 높은 계절에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 3-1>은 채택되었다.

<가설 3-2> 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출이 가장 높은 시간대에 따라 차이가 있을 것이다.

매출이 높은 시간대에 따른 메뉴 기획 요인의 차이를 분석하기 위해 점심 식사 시간, 저녁 식사 시간으로 나누어 *t*-test를 실시한 결과이다. 결과를 보면, 판매 시간대에 따라 메뉴 기획 요인에는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다($p > .05$). 따라서 양식 창업 메뉴의 기획 요인은 양식당의 매출이 가장 높은 시간대에 따라 차이가 있을 것이다 라는 <가설 3-2>는 기각되었다.

V. 결 론

양식 창업 메뉴 기획 요인에 대한 고유 속성과 관련 요인을 밝히고, 테마 업종에 따른 양식 창업 메뉴 기획의 차이와 양식당의 내부, 외부 영향 요인에 따른 양식 창업 메뉴 기획의 차이를 밝혀 창업 양식에서의 경쟁력 있는 메뉴 기획을 제안하는데 목적을 두고 6개 테마 양식당의 종사원 290명을 대상으로 설문 조사하였다.

이상의 결과를 볼 때 같은 외식 업종일지라도 그 대상 품종에 따라 기복이 많고 마케팅 관점에서 각기 달리 모색될 필요가 있음을 알 수 있다. 첫째, 테마 업종별로 동남아 음식점은 좋은 맛과 고객 서비스, 이태리 전문점은 좋은 맛과 쾌적한 실내 환경, 고객 서비스, 해물 전문점은 좋은 맛과 쾌적한 실내 환경, 스테이크 전문점은 좋은 맛과 고객 서비스, 패밀리 레스토랑은 좋은 맛, 바비큐 전문점은 좋은 맛에 중점을 두고 있어 전체 맛을 가장 중요한 메뉴 기획의 포인트임을 알 수 있다.

특히 업종에 따라 주 고객의 연령대에 따라 차이가 있는 점에서 동남아 음식점은 40대와 50대, 이태리 전문점은 30대, 해물 전문점은 30대와 40대의 중년 샐러리맨을 주 타겟으로 하고 스테이크 전문점은 20대, 패밀리 레스토랑은 20대, 바비큐 전문점은 20대가 주 고객층인 점에서 이들을 주 대상으로 한 기획이 요구된다.

둘째, 업종별 남녀 구성에 있어 스테이크 전문점은 남녀의 비율이 거의 같은 것으로 나타났고, 동남아 음식점, 이태리 전문점, 해물 전문점, 패밀리 레스토랑, 바비큐 전문점은 저녁의 비율이 점심의 비율보다 높은 것으로 나타난 점에서 양식당은 주

로 저녁 식사를 위해 중점 메뉴를 계획하는 것이 효율적이라 할 수 있다. 따라서 주 메뉴의 기획이나 테마 메뉴에 주안을 두고 음료보다 식료에 중점을 두고 남녀고객 구성에 따른 차이를 고려하여 메뉴가 기획 개발되어야 할 것이다.

셋째, 양식당 메뉴 기획시 가장 우선을 두어야 할 요인에 있어 양식이 갖는 이미지의 특성을 고려한 맛, 전문적이며 차별적인 요리, 건강식, 가격, 청결, 메뉴의 다양성임을 볼 때 중산층 이상이 이용하는 식당으로서의 전형을 나타낸 것으로 이에 충실한 메뉴 계획이 요구된다.

넷째, 테마 업종에 따른 메뉴의 영양적 품질의 중요성에 있어 스테이크 전문점, 해물 전문점이 다른 테마 업종에 비해 메뉴의 영양적 품질을 중요하게 생각하는 것으로 나타난 점에서 이러한 결과는 스테이크 전문점, 해물 전문점의 경우가 보다 식재료나 조리법에 있어 건강을 유의하여 메뉴를 준비하는 것으로 볼 수 있으며, 특히 동남아 음식점의 경우 영양적 품질보다는 색다른 타국의 음식을 제공한다는 점에 중점을 두기 때문에 타 업종에 비해 영양적 품질에 대한 중요성이 다소 낮은 것으로 생각할 수 있다. 따라서 전문식당이 갖는 장점의 활용과 동시에 색다른 요리일지라도 웰빙분을 타고 건강식을 바탕으로 한 고품위 서비스에 가격을 낮추는 전략이 절대적으로 요구됨이 특징적이라 할 수 있다.

다섯째, 메뉴의 가격에 따른 메뉴 기획 요인의 차이에 있어서 메뉴 가격이 낮은 양식당일수록 메뉴의 영양적 품질 개발을 통해 보다 높은 가격의 메뉴를 개발하여 양식당의 이익을 늘리고자 하는데 애쓰는 것을 알 수 있다. 이를 통해 볼 때 높은 가격의 설정에 의한 메뉴 개발로는 한계를 가짐을 알 수 있다. 따라서 고객지향의 중, 저가이면서 영양이나 건강을 고려한 호기심이나 자극성을 줄 수 있는 차별적 메뉴로 기획되어야 함을 알 수 있다.

더불어 매출이 높은 점심, 저녁시간대에 따른 차이는 기각된 점에서 이는 시간에 따라 테마식당의 이용 목적이 달라지지 않음을 의미하는 것으로 이는 이미 테마 레스토랑의 선호되는 기획메뉴를 익히 알고 찾아오는 점에서 시간대별 기준까지 달라지지 않음을 의미하는 것으로 이는 차별화보다는 양의 조절 등으로 관리되어야 할 것을 암시한다.

이상의 전체적인 결과를 볼 때 업종, 취급 품목에 따라 개발 메뉴가 달리 적용되어야 함을 알 수 있고 사전에 충분한 입지 조사와 소비자 대상 타겟에 맞는 철저한 준비를 통해 위에서 검증된 중, 저가 차별적인 메뉴에 건강식을 중심으로 한 안락한 분위기와 친절한 서비스로 기획될 것이 요구된다.

마지막으로 본 연구에 사용된 측정변인 이외에 각 테마 레스토랑의 개별 속성을 보다 구체적으로 반영하지 못한 점과 서울지역 식당만을 대상으로 한 점에서 전국적인 결과로 확대 해석하는데 한계를 갖는다. 따라서 후속적 연구를 통해 보완되어야 할 것이다.

참고문헌

1. 김병욱 (1999) : 재테크창업론. 김스정보전략연구소, 14-20.
2. 나정기 (1998) : 메뉴 관리론. 백산출판사, 29-37.
3. 나정기 (1992) : 메뉴 분석에 관한 연구. *한국관광학회지* 16:88-89.
4. 임경인 (1994) : 식당 경영원론. 대왕사, 294-295.
5. 외식사업연구소 (1995) : 외식사업경영론. 백산출판사, 85-86.
6. 유재은 (2003) : 프랜차이즈 전략. 한국생산성본부, 45-68.
7. 이동근 (2002) : 호텔 레스토랑 메뉴교체주기의 관리에 관한 연구. 경기대학교 석사학위논문.
8. Rey AM · Wieland F (1984) : Managing Service in Food and Beverage Operations. AH & MA 44.
9. Rey AM · Wieland F (1986) : Managing Service in F & B Operation. AH & MA 44.
10. Helen A · Peter J (1994) : Menu Engineering Managing the Foodservice Micro-Marketing Mix. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing* 1(1).
11. Ninemeier JD (1984) : Principles of Food and Beverage Operation. AH & MA 115.
12. Miller JE (1992) : Menu Pricing and Strategy. 2nd ed., VNR 138-139.
13. Khan MA (1993) : VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism. VNR 89.

2006년 5월 4일 접수

2006년 6월 15일 게재확정