

經營學碩士 學位論文

기능성 조리기구를 이용한
육류품질의 고객만족도에 관한 연구

-대나무 불판을 중심으로-

慶州大學校 産業經營大學院

호텔외식경영학과 외식사업경영전공

李 泰 龍

2006년 06월

기능성 조리기구를 이용한
육류품질의 고객만족도에 관한 연구

-대나무 불판을 중심으로-

指導教授 李 蓮 正

이 論文을 碩士學位 論文으로 제출함

2006년 06월

慶州大學校 産業經營大學院

호텔외식경영학과 외식사업경영전공

李 泰 龍

이태용의 석사학위논문을 인준함

심사위원장 _____ (인)

심 사 위 원 _____ (인)

심 사 위 원 _____ (인)

경주대학교 산업경영대학원

2006년 6월

목 차

제1장 서 론	1
제1절 문제제기	1
제2절 연구목적	3
제3절 연구방법 및 범위	4
제2장 이론적 배경	5
제1절 품질의 개념	5
제2절 불판의 개념	16
제3절 IPA 기법	29
제3장 조사 설계	32
제1절 연구과제	32
제2절 조사설계	34
제4장 실증분석	37
제1절 표본의 일반적 특성	37
제2절 상관관계 분석	37
제3절 연구가설 또는 과제의 검증	40
제5장 결 론	49
제1절 연구의 시사점	49
제2절 연구의 한계점과 향후계획	50
참고 문헌	52
설문지	56

표 차 례

<표 1-1> 전국 숯불갈비업소의 현황	2
<표 2-1> 품질에 대한 정의	7
<표 2-2> 식품의 품질 단서와 품질 속성	12
<표 2-3 > 불판의 종류 및 특징	20
<표 2-4> 대나무의 종류	24
<표 2-5> 대나무 불판의 SWOT분석	28
<표 4-1> 응답자의 인구통계적 특성	38
<표 4-2> 대나무 불판 전반적 만족도와 품질 속성 간의 상관관계 분석	39
<표 4-3> 일반 불판 전반적 만족도와 품질 속성 간의 상관관계 분석	40
<표 4-4> 메뉴 품질의 대응표본 t-test 결과	41
<표 4-5> 대나무와 일반 불판별 품질 속성 간의 차이 분석	45
<표 4-6> 품질속성이 대나무 불판 전반적 만족도에 미치는 영향 분석	47
<표 4-7> 품질속성이 일반불판 전반적 만족도에 미치는 영향 분석	48

그림차례

<그림 2-1> 품질지각과정	11
<그림 2-2> 품질의 4분면	13
<그림 2-3> IPA 프레임워크	30
<그림 3-1> 연구절차	34
<그림 4-1> 육류전문점 메뉴 품질에 대한 중요도-실행도 IPA 그래프	42
<그림 4-2> 좋은 성과 계속 유지	43
<그림 4-6> 대나무와 일반 불판별 품질 속성에 대한 만족도 비교	46

제1장 서론

제1절 문제제기

오늘날 경제규모가 확대되고 국민소득이 향상되면서 식생활패턴이 기존의 단순한 에너지 위주에서 영양위주로 변화 되었을 뿐 아니라, 질병의 예방 또는 치료효과가 있는 식품 성분을 요구하게 되었는데 이런 경향은 축산, 즉 육류식품에서도 예외는 아니다. 육류식품 중 불고기, 갈비, 삼겹살 요리는 한국의 전형적인 전통메뉴 중의 하나로 근래에는 세계 각국의 외국인들에게 한국의 맛을 선보이는 대표적인 음식이 되고 있다.

삼겹살은 주로 생고기로 구워먹지만, 최근에는 각종기능과 영양이 첨가된 숙성삼겹살이 대중화 되어가고 있으며, 갈비와 불고기는 고기에 양념이 잘 배어들 수 있도록 양념을 주로 사용하는 것이 필수적이다. 그런데 양념을 사용해서 고기를 연하게 한다든지, 일련의 작업과정을 거쳐서 고기를 부드럽게 한다든지, 맛있게 한다는 것은 시대의 흐름에 따라 조금씩은 변하고 있다. 최근에는 육류소비의 형태가 조미된 불고기 육보다는 생등심이나, 생갈비, 숙성된 생삼겹살 등을 선호하고 있다. 이러한 경향은 육류식품에 대한 품질관리가 그 어느 때보다도 중요하다는 것을 의미한다.

한편, 육류식품을 판매하는 경영자의 입장에서 자신이 판매하는 육류식품이 자신의 식당을 찾아오는 고객들에게 어떠한 영향을 미치는가는 매우 중요한 관심사가 아닐 수 없으며, 이러한 관점에서 육류식품의 품질관리에 관심이 필요하다.

특히 한국음식업중앙회에 따르면, 돼지갈비 전문점, 삼겹살 전문점, 쇠고기 전문식당을 모두 합한 전국 숯불갈비업소 수가 1995년 59,984개의

업소에서, 2000년에는 72,724개 업소, 2005년도는 93,209업소로 증가되어 경쟁이 더욱 치열해지고 있음을 보여주고 있다(<표 1> 참조). 이러한 조사결과는 숯불갈비업소가 외식업에서 차지하는 비중이 매우 높으며, 앞으로 업소 수의 증가와 더불어 이용고객도 함께 늘어날 것으로 예측되고 있으므로 체계적이고 과학적인 구이문화에 대한 연구가 요구되고 있다.

<표 1-1> 전국 숯불갈비업소의 현황

년도	전국 외식업소	전체외식업 중 갈비업소의 %	전국 한식업 수	한식업 중 갈비업소의 %	전국 숯불갈비 업소(개)
1995	340,664	17.6%	168,526	35.5%	59,984
2000	397,044	18.3%	202,070	35.8%	72,724
2005	417,941	22.3%	229,626	40.5%	93,209

자료: 한국음식업중앙회, 2005. 12. 31.

그러나 어떤 형태의 고기든 어느 불판에, 어떤 방식으로 굽느냐에 따라, 맛과 위생 등 육류품질이 매우 다르게 나타날 수 있다. 특히 오늘날 현대인들은 건강에 대한 관심과 함께 새로운 맛과 멋을 추구함에 따라 불판의 모양과, 기능적 측면의 변화도 꾸준히 이어져왔다.

그러나 우리나라의 대표적인 음식이라 할 수 있는 갈비와 불고기, 삼겹살 등에 대한 전문적인 선행연구는 잘 이루어지 않았다. 유사하게 실시된 연구라 할지라도 이화학적 반응을 중심으로 한 이나영 등(2004)의 연구와 육가공 제품류에 관한 김일석 등(2005)의 연구가 이루어졌을 뿐이다. 따라서 우리나라의 대표적인 육류식품인 갈비, 불고기, 삼겹살 등이 고객에 의해서 어떠한 평가를 받고 있으며, 어떤 불판에, 어떻게 구워야 맛이 있는지를 연구하는 것은 이러한 육류식품을 판매하는 경영주에게 매우 중요한 관심사가 될 것이다.

제2절 연구목적

본 연구는 제1절에서 제기한 연구의 필요성에 따라 한국의 대표적 육류식품인 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질에 대하여 고객이 중시하는 속성은 무엇이며, 이러한 속성들에 대하여 고객들이 지각하는 만족도가 어떠한 차이를 있는가를 IP 분석(importance-performance analysis) 기법을 이용하여 분석하고자 한다. 또한 앞서 제시한 바와 같이 최근 웰빙트렌드에 걸 맞는 대나무불판의 출시와 더불어, 일반불판과의 비교분석을 통하여 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질에 대한 고객들이 지각 차이가 있는가를 분석하고자 한다.

이러한 분석의 결과는 갈비, 불고기, 삼겹살 등을 판매하는 경영자의 입장에서 향후 마케팅 전략을 어떻게 수립할 것인가에 대한 지침을 제공해 줄 것이며, 특히 고객관점에서의 품질개선을 위한 품질전략을 제공해 줄 수 있다는 점에서 그 의의가 있을 것으로 판단된다.

이에 따라 본 연구는 다음과 같은 연구과제를 수행하고자 한다.

첫째, 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질을 구성하는 속성이 무엇인가를 제시한다.

둘째, 도출된 품질 속성들에 대한 고객들의 중요도와 지각된 만족도를 IPA 기법을 이용하여 분석한다.

셋째, 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질 속성들에 대한 고객들의 지각된 만족도가 대나무불판과 일반불판 간에 차이가 있는가를 분석한다.

마지막으로, 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질 속성들 중 어떠한 속성이 전반적 육류품질 지각에 영향을 미치며, 이러한 결과가 대나무불판과 일반불판 간에 있어서 차이가 있는가를 분석한다.

제3절 연구방법 및 범위

본 연구는 제2절에서 제시한 연구목적을 달성하기 위하여 육류품질과 일반적 품질에 관련된 선행연구를 검토하여 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질 속성이 무엇인가를 찾아내는 문헌적 연구를 실시하고, 이를 근거로 하여 설문지를 작성하여 고객들에게 실증조사를 실시하는 방법을 채택하고자 한다.

연구의 대상은 대구지역 거주자들 중 육류전문점을 방문하여 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 육류를 이용하였거나, 이용하고 있는 고객들 중 대나무불판과 일반불판을 이용하였던 고객들을 대상으로 설문조사가 실시될 것이다. 회수된 설문지는 SPSS 프로그램을 이용하여 빈도분석(frequency analysis), t-검정(t-test), 요인분석(factor analysis), 신뢰도 분석(reliability analysis), 회귀분석(regression analysis) 등의 분석기법을 이용하여 분석될 것이다.

본 연구의 구성은 다음과 같다.

제1장은 서론으로서 문제제기, 연구목적, 그리고 연구방법 및 범위 등이 기술될 것이다.

제2장은 이론적 배경으로서 품질에 관한 개념 그리고 육류와 불판의 현황 등이 기술될 것이다.

제3장은 연구방법으로서 연구모형, 연구과제 또는 연구가설, 그리고 조사설계에 대하여 기술될 것이다. 제4장은 실증분석으로서 표본의 일반적 특성, 척도의 정제 (요인분석과 신뢰도 분석), 그리고 연구과제 또는 가설의 검증, 그리고 연구의 요약이 기술될 것이다.

제5장은 결론으로서 연구의 시사점, 그리고 연구의 한계점과 향후 연구방향 등에 대하여 기술될 것이다.

제2장 이론적 배경

제1절 품질의 개념

1. 품질의 정의

품질(quality)이라는 용어는 학자와 실무자들 사이에서 중요하게 인식되어 널리 이용되고 있지만 이에 대한 개념은 연구자에 따라 또는 연구 목적에 따라 다르게 설정되고 있다. 즉 품질은 상대적이지 절대적인 것은 아니며 따라서 어떤 단일한 개념정의가 모든 이에게 적용될 수는 없는 것이다. 더구나 서비스 고유의 특성(무형성, 이질성, 비분리성)에 기인하여 서비스의 품질을 이해하는 것은 더욱 어렵다(Lovelock, 1981). 우리는 재화와 서비스를 생산하고 그것을 소비함으로써 삶을 영위하고 있다. 생산되는 재화와 서비스는 소비자가 그것을 소비함에 있어서 마땅히 그 용도에 적합해야 함은 물론이다. 생산된 자동차는 운전자가 불편없이 운전할 수 있어야 하며, 병원을 찾는 소비자는 쾌적한 기분으로 적합한 의료서비스를 받기를 기대한다. 공장내부에서 보자면, 어떤 공정의 작업자는 먼저 공정에서 넘어온 반제품이 그가 작업하기에 적합해야만 할 것이다. 상인으로서, 그가 구매한 물건이 표지가 제대로 붙어있고 운반 저장중에 손상되지 않았어야 하며 취급하거나 전시하기에 용이해야만 할 것이다. 이처럼, 최종소비자뿐만 아니라 생산에 종사하는 사람이든, 상업에 종사하는 사람이든 간에 그가 구매한 재화나 서비스가 그의 용도에 적합해야만 할 것이다. “용도에의 적합성(fitness for use)”을 품질(品質, quality)이라고 한다.

품질을 용도에의 적합성이라고 정의하였다. 그런데 이것은 다소 포괄적인 개념이며, 실제적으로는 어떤 측정 가능한 변수에 의하여 품질을 측정하거나 표현해야 할 것이다. 예를 들자면, 병원에서 “의료서비스의 품질이 불량하다”고 말하는 것보다는, 구체적으로 “입원중인 환자가 긴급히 간호원을 불렀을 때 30분이 지나서야 왔다”라고 말하는 것이 실제적이다. 이 경우에는 고객의 대기시간이라는 변수를 이용하여 품질을 표현한 것이다. 제품 및 서비스의 종류에 따라, 품질에 대한 개념은 다양하게 정의되고 있다. 품질에 대한 개념은 적절한 비용이나 가격으로 일정한 특성을 갖춘 제품 또는 서비스를 고객에게 제공할 수 있는 가치인 것이다. 이것은 고객에게 명시적이고 묵시적인 기대를 충족시킬 수 있는 제품이나 서비스를 제공하려는 노력의 결과이다. 결국, 고객이 품질에 대하여 최종적인 판단을 하기 때문에 고객 중심적인 관점이 지배적이다. 현대적 품질의 개념 내지 정의는 보는 관점이나 논자에 따라 각양각색으로 표현되고 있으나 ① 마케팅 측면에서는 ‘고객의 요구를 충족시키는 것’이고, ② 산수학적으로는 ‘성능 나누기 원가’이며, ③ 국제적으로 ISO에서는 ‘실체가 지니고 있는 명시적·묵시적 요구를 만족시키는 능력에 관계되는 특성의 총체’라고 정의하고 있다. 전통적으로 품질의 개념은 ‘요건에 대한 일치성’ 또는 ‘사용적합성’으로 정의되나 최근에는 포괄적이고 소비자 지향적 개념으로 바뀌어야 한다는 주장이 대두되었다. 이에 따라 기업활동의 결과로 발생하는 산출물인 재화와 서비스에 대한 품질뿐만 아니라 산출물의 품질을 확보하기 위해서 투입되는 자원의 질과 산출과정인 업무의 질, 그리고 사회에의 공헌의 질까지 포함하는 광범위한 개념의 품질정의를 이루어지고 있다(최은경·김형욱·박재홍, 1997, p. 113). 따라서 품질개념은 품질의 직접적인 당사자인 생산자와 소비자의 관점을 넘어서 사회적 관점에서 이해되어야 하며, 이러한 관점에서 <표 2-1>에서 보는 바와 같이 생산자 관점, 소비자 관점, 그리고 사회적 관

점의 세 가지 수준에서 정의될 수 있다(최은경 등, 1997, p. 114).

<표 2-1> 품질에 대한 정의

관 점	연구자	품질 정의
사용자 관점	Crosby(1979)	요구에 대한 일치
	Groocock(1980)	사용을 위한 일치 또는 적합
	Seghezzi(1981)	명세서에 대한 일치
소비자 관점	Feigenbaum(1983)	제품이나 서비스의 사용에서 소비자의 기대에 부응하는 마케팅, 기술, 제조 및 보전에 관한 여러 가지 특성의 전체적인 구성
	Christopher	고객의 기대를 충족시키고도 남는 것
	Tenner & Detoro(1992)	제품이나 서비스가 고객의 명시적, 암묵적 기대를 충족시킴으로써 내외부의 고객을 완전히 만족시키는 사업전략
사회적 관점	ANSI/ASQC	제품이나 서비스가 지니고 있는 주어진 요구를 만족시키는 능력에 관계되는 특징 및 특성의 전체
	ISO(1986)	제품이나 서비스가 지니고 있는 명시적 또는 묵시적 요구를 만족시키는 능력에 관계되는 특징 및 특성의 전체
	KS	물품 또는 서비스가 사용목적에 만족시키고 있는지의 여부를 결정하기 위한 평가의 대상이 되는 고유의 성질, 성능의 전체
	ISO(1994)	실체가 지니고 있는 명시적 내지 묵시적 요구를 만족시키는 능력에 관계되는 특성의 전체
	田口玄一	제품이 출하된 후 사회에서 그로 인해 발생하는 손실

자료: 최은경 · 김형욱 · 박재홍(1997). 품질개념의 확대가 기업성과에 미치는 영향. 품질경영학회지, 25(2), p. 114. 재인용.

2. 육류품질측정의 접근법

일반적인 품질 측정과 마찬가지로 식료품질(food quality)의 측정 방법은 매우 다양하게 이루어져 왔다(Grunert, 1997). 그 이유는 식료품질의

소비자 평가가 소비자 행동 연구에 있어서 가장 복잡하면서도 문제를 제기하기 때문이다. 식품품질은 매우 포괄적으로 측정되기도 하지만, 그 제품을 소비하는 구매 또는 소비 시점에서 관련된 이용 가능한 단서들(cues)에 대하여 획득된 만족도의 정도로서 측정되기도 한다.

따라서 소비자들의 식료품 선택을 행동지향적 관점에서 분석하기 위해서 정보경제학 접근법(the economics of information approach), 다속성 접근법(multi-attribute approach), 계층적 접근법(hierarchical approach), 그리고 통합적 접근법(integrative approach) 등의 접근법이 이용되어 왔다(Grunert, 1997). 따라서 여기에서는 이들 접근법에 대하여 간략하게 살펴보도록 한다.

1) 정보경제 접근법

정보경제 접근법은 소비자들이 경험과 신뢰 특성들에 대한 신념을 어떻게 추론하며, 그들이 그러한 신념을 전반적 품질 평가에 어떻게 통합하는가에 초점을 두는 접근법으로 품질지각 과정이 모형을 제공하지는 않는다. 정보접근 접근법에 따라 Nelson(1970, 1974)은 품질이 구매 전에 평가될 수 있는 탐색재화(search goods)와 품질이 구매 후에만 평가될 수 있는 경험재(experience goods)로 구분될 수 있다고 하였다. 후자의 경우 소비자들은 기존의 신뢰 점수(an established record of credibility) 또는 제품의 시장점유율과 같은 대리지표로부터 품질을 추론하고자 할 것이다. Nelson의 이러한 주장은 후에 다음과 같이 확대되었다.

첫째, 대부분의 재화는 탐색과 경험 재화의 두 가지 관점을 가지고 있으며, 그것은 탐색과 경험 특성을 포함하는 품질이 다차원적 관점에서 연구되어야 한다는 것이다(Wilde, 1980). 음식에 있어서 맛은 전형적으로 경험적 특성을 지니고 있으며, 고기의 지방(fat) 요소는 탐색적 특성에

속한다.

둘째, 소비자들이 구매를 했을지라도 소비자들이 찾을 수 없는 제3의 특성들이 존재할 것이라는 것이다. 예를 들면, 채소가 생태학적으로 생산되었는가, 또는 고기가 잘 관리된 유명농장에서 생산되었는가는 최종제품의 객관적 특성에 반영되지 않는 제품특성이다. 이러한 경우 소비자들은 생산과정을 추적하기가 어렵거나, 그러한 활동을 하는데 있어서 비용이 들기 때문에 증명하기 어려운 점이 있다(Anderson, 1994). 따라서 이러한 요소들은 신뢰 요소로서 간주되어야 한다.

2) 다속성 접근법

다속성 접근법은 품질은 다차원 현상을 가정하는 것이다. 따라서 전반적 품질은 일련의 특성(속성)들에 의해서 설명된다. 그러나 다속성 접근법에 따르면, 품질은 객관적 특성이 아니라 소비자들이 지각한 특성들에 의해서 평가된다. 구매자들은 다양한 속성들에 대해서 가중치를 부여함으로써 전반적, 단일차원의 품질 평가를 형성한다.

다속성 접근법은 Fishbein & Ajzen(1975)의 태도 모형에 의해서 가장 많이 사용되었으며, Olson & Jacoby(1972)는 내재적과 외재적 속성으로서 다속성 접근법을 설명하였다. 내재적 속성(intrinsic cues)은 제품의 물리적 속성을 말하나, 외재적 속성(extrinsic cues)은 브랜드명, 가격, 그리고 판매망과 같은 속성으로서 내재적 속성이 획득되기 어려운 상황, 즉 경험 및 신뢰 속성들에 의해서 설명되어지는 상황에서 주로 사용되는 속성들을 말한다.

다속성모형은 소비자행동에 있어서 품질 판단에 가장 많이 이용되나 속성들간의 상호관계가 고려되지 않는다는 문제점이 있다. 즉, 소비자들은 가격으로부터 맛을 추론할 수 있거나, 지방 요소로부터 건강 특성을 평가하는 데, 다속성모형에서는 이러한 모든 속성들이 동일 수준에서 고

려된다는 것이다.

3) 계층적 접근법

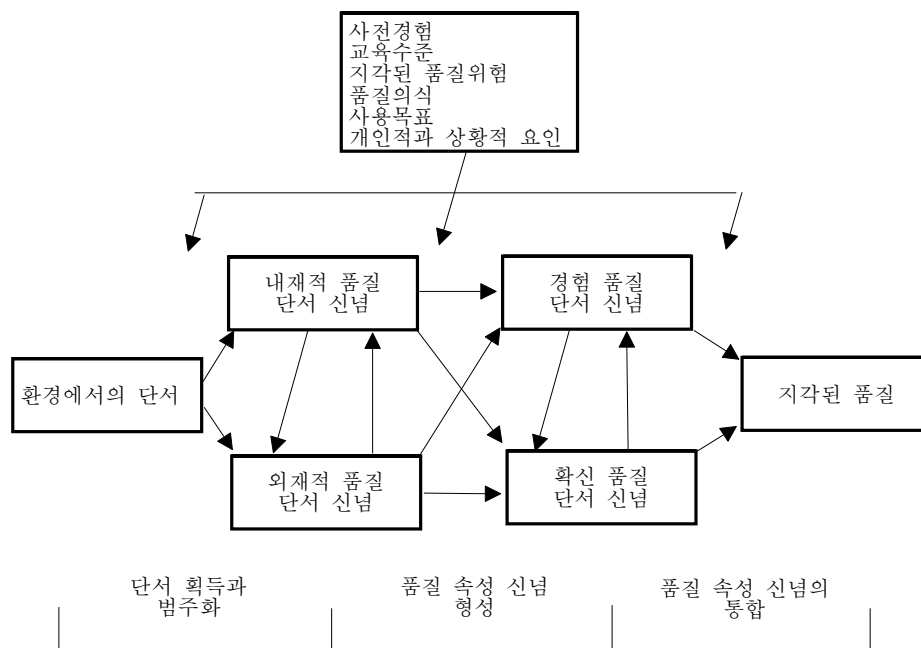
계층적 모형은 소비자들이 다른 속성들로부터 어떠한 속성들을 평가한다는 것을 가정하는 것이다. 이러한 것들은 맥주의 알코올 요소가 병의 모양으로부터 추론될 수 있는 것처럼 동일한 추상 수준이 될 수도 있으나, 대부분의 경우 그러한 추론은 맥주의 맛은 알코올 요소와 병의 모양으로부터 추론되는 것처럼 구체적인 것에서 추상이 될 것이다(Cox, 1967; Geestfeld et al., 1977; Grunert, 1986).

구체적인 속성으로부터 추상 설명요소로 설명이 된다는 것은 수단-목적 사슬이론(means-end chain theory)에 의해서 설명된다(Gutman, 1982; Olson, 1989; Zeithaml, 1988). 수단-목적 사슬 모형은 구체적인 제품속성들이 소비자들의 자아관련 결과에 어떻게 관련이 되어있는가를 설명하는 소비자들의 인지적 구조를 설명하는 것이다. 좀 더 구체적으로 말하면, 제품속성(구체적 또는 추상적)은 소비의 결과(기능적 또는 심리적)에 관련되어 있으며, 그 결과 삶의 가치(도구적 또는 최종적)와 연관된다는 것이다. 예를 들면, 낮은 지방의 구체적 속성은 자아확신(도구적)과 자아존경(최종적)을 유도하는 살 빼기(기능적)와 사회적 수용(심리적)결과와 연관되어 있다. 이 모형을 이용한 접근법은 속성의 추론 과정이 적절하게 모형화 되는 반면에 최종 품질평가가 종종 애매하다는 것이다.

4) 통합적 접근법

이상과 같이 살펴 본 접근법들의 문제점에 따라 Steenkamp(1989)와 Anderson(1994)는 식료품의 품질지각 과정을 분석하는 통합모형을 제시하였다. 이 모형들은 소비자에 의해서 추구되는 식료품 품질은 경험과

신뢰 품질로 구성된다는 것이다. Steenkamp(1989)에 따르면, 경험품질 속성은 재화를 구매, 사용, 그리고 경험한 후에만 평가될 수 있는 관능적 특성(sensory attributes)을 포함한다. 신뢰품질은 상대적으로 높은 수준의 추상적 개념에 반응하는 건강함(healthiness)과 자연성(naturalness)과 같은 요소로 구성된다(Oude Ophuis & Van Trijp, 1995). 전반적 품질 평가는 품질속성과 관련된 제품들에 대한 지각에 의해서 가정화된다. 그리고 개인적 특성, 상황적과 환경 변수들이 품질지각 과정에 영향을 미친다(<그림 2-1> 참조).



<그림 2-1> 품질지각과정

자료: Steenkamp(1989). Viaene, Verbeke, & Sufiati(1999). Quality guidance toward milk in West Java, Indonesia: Empirical investigation of the quality perception process. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 11(1), p. 73.에서 재인용

Steenkamp(1995)가 제시한 내재적, 외재적 품질 단서, 그리고 경험과 확신 품질 단서를 살펴보면 <표 2-2>와 같다.

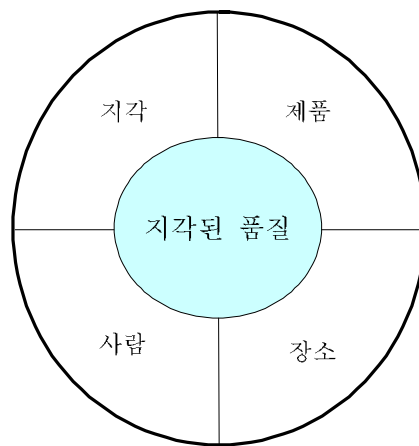
<표 2-2> 식품의 품질 단서와 품질 속성

관점	품질 정의
내재적 품질 단서	외형, 색상, 모양, 크기, 구조
외재적 품질 단서	가격, 브랜드명, 원산지, 점포, 영양정보, 생산정보
경험품질 속성	맛, 신선함, 편리함
신뢰품질 속성	건강함, 자연성, 동물친화성, 환경친화성, 건전함, 배타성, 생산방법

자료: Oude Ophuis, P.A.M. & Van Trijp, H.C.M(1995). Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach. *Food Quality and Preference*, 6, p. 178.

여기서 지각된 품질은 소비자들의 판단에 따라서 품질을 고려해야 하며, 이 경우 지각된 품질은 ‘대안에 상대적으로 비교하여 의도된 목적의 관점에서 제품 또는 서비스의 전반적 품질 또는 우월성에 대한 소비자들의 지각’으로 정의된다(Aaker, 1991). 즉, 지각된 품질은 지각과정의 결과이며, Oude Ophuis & Van Trijp(1995)에 따르면, 지각된 품질은 지각(perception), 제품(product), 장소(place), 사람(person)의 네 가지 측면에 의해서 형성된다. 지각된 서비스 품질을 태도와 유사한 개념으로 보는 이유는 그것이 제품이나 서비스의 전반적인 평가를 나타내는 것이기 때문이다(Bitner,1990;Parasuraman,et al.,1988).즉,지각된 서비스 품질은 전반적인 제품우월성과 관련된 상대적으로 포괄적인 가치판단을 의미한다(Holbrook &Corfman,1985).그리고 고객들은 서비스 제공자와의 상호작용 품질,핵심 서비스 품질,서비스 조직의전반적인 품질 등을 구분할 수 있기 때문에 만족개념과 마찬가지로 품질에 대한 지각은서비스 조직의

여러 수준에서 이루어질 수 있다.그러나 서비스 품질은 거래종속적인 만족개념이나 품질 대비 가격인 가치의 개념과는 명백히 다른 개념으로 이해되고 있다(Rust & Oliver,1994).태도와 유사하게 묘사되는 서비스 품질의 조작적 정의(operational definition)는 대부분의 연구에서 서비스 품질을 나타내는 속성에 대한 기대치와 성과치를 비교하는 개념이나 성과치만에 대한 지각으로 개념화된다. 일반적으로 태도를 특정 대상물에 대한 신념이나 사고로 정의하는 점을 감안하여 본 연구에서는 지각된 서비스 품질을 태도의 대상으로 규정한다(Fishbein & Ajzen,1975;Zeithaml,1988). 서비스 품질의 개념구성에 관해서는 단일 척도로 측정될 수 없는 다차원 개념이라는 것에 대체적으로 동의하고 있다.물론 Anderson & Kraus(1981)는 그들의 실증 연구에서 서비스 품질을 단일 지표개념으로 사용하기도 하였다.그러나 이들이 제시한 모형은 낮은 예측타당성을 보여주었으며 관리적 측면에서도 낮은 유용성을 나타냈다.(〈그림 2-2〉 참조).



〈그림 2-2〉 품질의 4분면

자료: Oude Ophuis, P.A.M. & Van Trijp, H.C.M(1995), p. 178.

3. 육류의 개념

육류(肉類 Meats)는 식용하는 모든 동물의 고기를 일컫는다. 국가나 민족에 따라 육류에 대한 기호도가 달라 우리나라에서 주로 식용하는 육류는 쇠고기와 돼지고기이다. 중국에서는 돼지고기의 기호도가 가장 높으며 인도의 힌두교도들은 소를 신성시하여 소를 먹지 않고 회교도는 돼지를 부정한 것으로 하여 식용하지 않는 대신 양고기를 애용하고 있다.

1) 육류의 구조

육류는 근육조직, 결합조직, 지방조직, 뼈로 구성되어 있다. 육류의 근육은 근섬유의 많은 다발들로 구성되어 있다. 결합조직은 근육사이에 분포되어 있고 세포를 서로 결합해 주며 주변 근육이외에도 힘줄과 인대에 들어 있다. 지방조직 함량은 등급과 부위에 따라 변화가 크며 육류의 품질에 영향을 미친다. 뼈는 육류의 전체 구조에 있어서 필수적인 부분이다.

2)육류의 성분

육류는 주로 수분, 단백질, 지질, 무기질로 구성되어 있고 비타민류, 색소, 맛 성분을 조금 함유하고 있다. 간에는 글리코겐의 형태로, 그리고 혈액에는 포도당의 형태로 당질이 함유되어 있다.

4. 육류품질의 속성

좋은 쇠고기의 살코기 빛깔은 표면이 밝은 붉은 색을 갖고 부드러운 느낌을 주며 지방은 단단하다. 선홍색의 쇠고기는 대체로 연한 어린 쇠고기이다. 신선하지 않은 것은 더 짙은 붉은 색이고 거칠거칠한 느낌을 준다. 결이 곱고 윤기가 나는 육질이 좋은데 고기의 결은 암소와 어린 소

가 고운 편이다. 지방의 색은 흰색에서 연노란색 범위가 정상이다. 늙은 소일수록 지방의 색이 미황색 또는 황색이다.

신선한 돼지고기의 살은 회색을 띄우는 분홍색이 좋은 것이며 진한 암적색은 늙은 돼지고기이거나 오래 보관된 고기일 수도 있다. 결이 곱고 탄력이 있는 고기가 좋은 것이다. 지방은 대단히 단단하지만 부서지기 쉽지 않다. 뼈는 부드럽고 붉은 색이며 스폰지 같은 느낌을 준다. 품질이 좋지 않은 돼지고기는 살코기나 외부에 과다한 지방이 있고 살코기의 색이 더 진하며 거칠게 보이고 뼈는 덜 붉은 색이다.

이상과 같이 품질의 정의 및 품질측정을 위한 접근법 등에 대하여 살펴본 결과, 식품의 품질을 측정하는 요소들은 일반적으로 Steenkamp(1999)가 제시한 내재적, 외재적 품질 단서, 경험과 신뢰 품질 속성 등으로 구성되는 것으로 보인다. 그러나 본 연구에서는 육류, 불고기, 삼겹살 등을 판매하는 육류전문점을 이용하는 고객들을 중심으로 연구를 하기 때문에 경험과 신뢰품질 속성을 중심으로 육류품질을 측정하고자 한다.

따라서 본 연구에서 측정될 육류품질 속성은 연구 상황에 맞게 경험품질 속성에서는 맛, 신선함, 불판 교환의 편리성, 향기, 육즙, 고기의 부드러움, 고기 굽는 속도 등을 측정한다. 반면에, 신뢰품질 속성에서는 건강함, 자연성, 환경친화성, 건전함, 배타성(독특함), 생산방법(굽는 방법), 비용 대 가치 등의 속성을 포함시킨다.

제2절 불판의 개념

1. 불판의 개념

1) 일반불판의 개념

본 연구에서 일반불판이라 함은 대나무 살 불판이 출시되기 전, 육류 전문점에서 사용한 일반적인 불판을 통틀어 지칭하는 것으로 각각의 특성과 기능을 가지고 있으며 오랜 전통을 가진 불판부터 최근에 개발된 불판까지 다양한 모양을 갖추고 있다. 그러나 어떠한 불판이라도 제각각 장점이 있는 반면, 단점도 가지고 있어 소비자로부터 지속적으로 인기를 누린 제품이 있는가 하면, 한편으로는 출시되자마자 쇠락하는 제품들도 많다.

불판은 불판을 안착시킬 수 있는 구이기가 있어야 하는데 보통 가스렌지, 가스와 참숯을 동시에 사용할 수 있는 겸용로스타구이기, 참숯을 전용으로 사용하는 전통적인 수동형참숯구이기 등이 시중에 유통되고 있다. 최근에는 화로모양의 숯불전용구이기와 가스겸용구이가 새로 개발되어 시판중이다.

여기에서 간접구이 형태는 전문적으로 연기를 배출하는 연기집진시설 즉, 닥터시설이 필요 없지만, 직화구이의 경우에는 필수인데, 닥터설비의 경비와 점포의 크기 및 상황, 육류의 맛, 등 종합적인 면을 고려하여 적절한 닥터시설을 하여야만, 고객으로부터 쾌적한 환경과 품질 좋은 고기를 제공할 수 있겠다.

일반불판의 종류는 다음과 같다.

(1) 스텐제품의 2중판 혹은 3중판으로 구성된 둥근형 및 사각형

가스나 숯불을 모두 사용할 수 있는 간접구이의 대표적인 불판으로서 현재 널리 공급되어 양념갈비, 생고기구이 등으로 사용되고 있다. 본 제품은 불판을 자주 갈아주어야하지만, 전문적인 닥터설비 없이, 천정의 환풍기로도 연기의 배출이 가능하다.



(2) 일반적인 스텐재질의 막대로 구성된 둥근형 및 사각형의 스텐 봉 석쇠

봉 마디 마다 용접으로 잘 마무리 된, 직화구이의 대표적인 불판으로 전국의 숯불갈비 외식업소에서 많이 사용하고 있으나, 불판을 자주 갈아주어야하는 단점과 인건비의 상승, 연기를 자연스럽게 배출할 수 있는 닥터시설이 잘되어 있어야 한다.



(3) 가는 굵기의 스텐재질로 구성된 십자형으로 엮어진 상태의 둥근형 및 사각형

전통적으로 사용해온 직화구이 형태의 스텐 망 석쇠로서, 참숯의 효과와 함께 고기의 품질을 올리기 위한 장점은 있으나, 불판을 자주 갈아주어야하는 단점과 인건비의 상승, 연기를 자연스럽게 배출할 수 있는 닥터시설이 잘되어 있어야 한다.



(4) 알루미늄 재질로 구성된 둥근형 및 사각형

불판에 코팅을 한 불판으로서, 시간이 경과됨에 따라 코팅이 벗겨져 육류가 불판에 눌러 붙거나, 지저분해진다. 재 코팅으로 인한 유지비용이 발생하는 불판으로서, 시중에 가장 많이 보급되어 왔으나 최근 외식업소에서 회피하는 불판중의 하나이다.



(5)철을 주재료로 한, 금형으로 생산하는 일반적인 숯뚜껑

김치, 양파, 기타 부재료와 함께 고기를 구울 수 있어, 푸짐함과 풍족함을 고객에게 연출 하므로 한 동안 인기몰이를 한 숯뚜껑불판으로 가스 불을 사용하는 전형적인 간접구이의 형태이다. 본 제품은 가스를 전용으로 사용하므로 편리하나, 숯뚜껑의 무게 때문에 취급의 불편함과 세척이 힘든 단점이 있다.



3-85-6 [圖] 숯상검구이판 (φ 420)



3-85-4 [圖] 炭盆숯뚜껑 (φ 300) × 30

(6)돌을 주재료로 이용한 불판

기타 돌을 주재료로 이용한 오랜 역사를 가진 전통적인 돌 구이 불판으로 등심로스구이, 삼겹살구이 등이 가능하며 가스 불을 주로 사용한다. 돌 구이 판은 기름이 원활하게 배출되지 않아 사용이 현격하게 줄었으나, 최근에는 제주도의 화산석 등 다양한 모양과, 각각 다른 돌의 종류, 기름배출구가 잘 설치된 제품이 출시되어, 보급이 조금씩 늘어나는 경향이다. 그러나 돌 판구이의 최대 단점은 무게와 깨진다는 것을 보완하지 않는 이상, 시장에서의 점유율은 높아지지 않을 전망이다.



<표 2-3 > 불판의 종류 및 특징

NO	불판의 종류	특 징	비 고
1	대나무 불판	청정한 청죽대나무살을 이용하여, 직화구이용으로 사용함	
2	돌판	자연석으로 제작한 불판으로 주로 가스 불을 이용하여 간접구이용으로 사용함	 3-13-17 [石] 자연석
3	스텐불판	가스나 숯불을 모두 사용할 수 있는 간접구이의 대표적인 불판으로서 현재 널리 공급되어 양념갈비, 생고기구이 등으로 사용되고 있다. 본 제품은 불판을 자주 갈아주어야 하지만, 전문적인 닥터설비 없이, 천정의 환풍기로도 연기의 배출이 가능하다.	
4	스텐석쇠	스텐재질의 스텐봉 혹은 스텐망으로 제작한 석쇠로 주로 직화구이용으로 사용함	
5	숯뚜껑 불판	주물로 숯뚜껑의 형태로 제작하여 가스 불을 이용, 주로 간접구이용으로 사용함	
6	코팅불판	알루미늄재질로 제작한 후, 코팅을 한 불판으로서 간접, 직화구이용으로 사용함	

2) 간접구이 방식과 직화구이 방식의 효과와 차이

고기를 굽는 방식을 크게 나누면 금속 등으로 만들어진 도구 즉, 석쇠 위에 놓고 고기를 열원의 화기에 직접 노출시키는 직화구이 방식과 돌, 금속재 후라이팬 등으로 만들어진 판위에 놓고 열원의 화기를 판상의 구이 판을 통해 고기를 놓고 열원의 화기를 판상의 구이 판을 통해 고기에 간접적으로 전달하는 간접구이방식으로 나눌 수 있다.

간접구이의 경우는 열원의 화기가 직접 미치지 못하도록 하는 판상인 반면, 직화구이는 고기에 직접 열원의 화기가 닿을 수 있도록 구멍, 혹은 빗살대가 반복적으로 형성되어 있다는 점, 열원의 화기가 육류에 직접 닿을 수 있도록 형성되어 있다는 점에서 차이가 있으며, 그로 인해 고기의 굽혀지는 형상, 고기의 기름이 녹아서 떨어지거나 흐르는 방식, 고기가 석쇠나 판상에 눌러 붙는 형태 및 정도 등 다양한 측면에서 차이가 있고 고기의 맛 등에서도 현저한 차이가 있다.

3) 대나무 불판의 개념

(1) 대나무의 분포와 분류

대나무는 중국 하남지방이 원산지로서 아열대성 식물이며, 화분과 식물로 지구상에 약 3,200여종이 존재하고 우리나라를 포함한 동남아시아에 주로 분포하고 있다. 우리나라는 서해안으로는 충청남도 태안반도까지, 동해안으로는 강원도 고성까지를 죽림분포 한계선으로 여기고 있으나, 호남·영남지방이 주산지이다.

우리나라는 70여종이 자생하고 있는데, 대표적인 종류는 왕대(참대), 솜대, 맹종 죽, 조릿대, 신의대 등을 들 수 있으며 분포면적은 약 5,360ha로 그 중 왕대가 2,996ha, 솜대가 2,294ha, 그리고 맹종 죽이 70ha를 차지하고 있다. 대나무는 수십 년 동안 꽃이 피지 않는데, 일단 꽃이

피면 대나무밭의 모든 대나무가 한꺼번에 죽는다. 죽순이 봄에 새로 올라올 때에는 엄청난 에너지를 가동시켜서, 하루에 키가 1m 가까이 자라며, 이후 3~5년간 대가 굳어져서 수확할 수 있게 된다.

대나무꽃(대과에 속하는 다년생 상록목본) 대나무는 열대로부터 온대에 걸쳐 널리 분포하며 특히 비가 많은 동남아시아에서 많이 자란다.

수명은 최고 150년으로 꽃 필때는 온 죽림이 일제히 핀 뒤 거의 말라 죽습니다. 전 세계에 1,250종이 있으며 우리나라에서는 19종이 자생 또는 재배되며 건축, 기구 제작, 장대 등으로 요긴하게 쓰입니다.

그리고 죽순은 식용하고 잎은 진정, 진해 및 지혈 작용이 있으며 최근에는 암의 치료약이나 예방약으로 연구 되고 있습니다.

대의 종류로는 죽순대, 솜대, 오죽, 반죽, 산죽, 제주조릿대 등이 있습니다. 우리나라에서는 중부이남 특히 전라북도와 제주도에서 많이 납니다.

대나무의 세계적 분포로는 주로 열대, 아열대, 온대에 분포하며 남반구와 북반구에 모두분포한다. 남미의 브라질, 베베주엘라, 기니, 뉴질랜드 등에 분포하나 북반구산과 다르다. 북반구는 아시아 계절풍지대에 100종 이상 분포. 평지에서부터 히말라야 3000m이상, 남미 안데스산의 5000m까지 자란다.

우리나라의 대나무 분포는 대의 종류에 따라 다소 다르다.

① 죽순대: 거제도에 많고 전라북도 익산이 북방한계선

② 왕대와 솜대의 북방한계: 동해와 서해의 북쪽에 분포. 동해안이 서해보다 더 북쪽으로 위치하여 강원도고성군현내면이 북한계. 당진, 천안, 옥천, 김천, 대구, 영천, 강릉을 잇는 선이 그어지는데 1월 평균기온 -2℃인 등온선과 일치하며 한계선에 가까울수록 키가 낮고 줄기가 가늘어지며 숲의 넓이가 좁아진다.

③ 오죽:강릉 오죽헌

④ 동해, 삼척, 울진, 포항, 울산으로 내려갈수록 더욱 좋은 대숲이 분포한다.

⑤ 대중천(토함산발원 동해로 흐름)~형산강(울산만으로 흐름)의 강변에는 대숲이 아름답다.

⑥ 서해안: 당진, 서산, 태안, 광천, 대천, 서천~군산에 분포

⑦ 내륙: 천안, 공주, 대천, 담양

⑧ 남부: 담양- 나주(영산강 줄기), 구례- 곡성- 광양- 하동(섬진강 줄기), 산청-진주(남강 줄기)에 좋은 대숲 분포

⑨ 제주도와 대숲: 제주도는 남부지만 지반이 현무암층이고 강풍으로 좋은 숲이 없다.

⑩ 조릿대, 갯대, 신이대: 추운 곳에도 분포. 신이대는 함북 명천에도 분포. 동해안울릉(<http://www.hyongc.com.ne.kr>)

(1) 대나무의 종류

대나무는 전 세계에 분포하고 있는데 그 종류는 47속 1,250여종에 이르고 있고 우리나라엔 4속 14종이 자생하지만 명확한 구별도 어렵다. 국가별 분포 면적은 확실한 기록은 없으나 대부분이 동남아에 분포하고 있으며 인도 300만ha, 버마 150만ha, 대만 17만ha, 일본 17만ha이고 우리 나라는 약 5천ha이다. 기타 남미 에쿠아도르, 콜롬비아, 아프리카에도 수 10만ha의 죽림이 있다. 일본 662, 인도 136, 필리핀 30, 인도네시아 31, 미얀마 42, 말레이시아 31, 대만 130, 중국 60, 아프리카 11, 남아프리카 179종이 분포한다고 한다.

<표 2-4> 대나무의 종류

구 분	내 용
오죽	흑죽이라고도 하며 높이는 3-5m 직경 3-10cm 정도이며 처음은 녹색이나 노화하면 흑색 또는 흑갈색이 된다. 오죽은 우산, 부채자루, 책상, 큰발, 담뱃대, 초롱의 실잡이에 사용한다.
반죽	꽃은 원주화서이고 작은화수는 촘촘히 났으며 6-7월에 핀다. 오죽에 비해 줄기가 흑색 반점을 갖으며 높이는 10m 정도다. 부채, 붓대의 제작에 사용된다.
해장죽	줄기는 6m 이고 잎은 좁은 피침형이며 잎밀이 좁고 끝이 점차로 뾰족하며 가는 가시 모양의 거치가 있으며 잎맥은 창살모양이다. 해장죽은 울타리, 부채, 죽순으로 활용한다.
파리대죽	마디가 몹시 우둘우둘하고 키가 크다.
포대죽	높이가 5m~12m, 직경 5cm~9cm 마디가 긴편이어서 낚시대, 우산대 및 살에 이용된다.
담죽	높이 6m~10m, 직경 10cm 이상 인성이 우수하고 강성이 풍부하고 재질은 치밀하여 세활하기 좋다. 높이가 낮고 마디 사이가 짧아서 가늘게 쪼개어 쓰는데 적합해 액자, 바구니, 발, 젓가락, 낚시대, 자등 용도가 넓다.
진죽	높이 2-5m, 직경 0.5cm ~ 1.5cm 정도 매끄럽고 고르며 마디가 길고 단단하며 점성과 인성이 좋아 화살, 필통, 낚시대, 담뱃대에 쓰인다.
함죽	높이 3-6m 직경 1-4cm 정도 매끄럽고 고르며 황록색의 줄이 있고 강인하며 육질이 두껍고 마디사이가 긴 것은 50cm에 달하며 낚시대, 바구니에 쓰인다.
참대	재질은 맹종죽보다 강하며 통대는 쪼개어서 여러 가지 용도로 쓰인다.
고려조릿대	신위대라고도 하며 높이가 25-82cm 이고 잎은 도란상의 긴 타원형이며 잎밀이 둥글거나 또는 뭉툭하며 끝이 길고 날카롭고 뒷면에 견보가 있고 가장자리에 가시모양의 털이 있다.
산죽	산에서 자란 것은 산죽이라 하며 신위대라고도 하고 왕대등과 섞어서 팡주리, 조리를 만든다.
이대	잎은 좁은 피침형이며 잎밀이 급히 뾰족하고 끝이 꼬리모양으로 점점 뾰족하며 가는 거침 모양의 가시가 있고 맥은 창살모양이다. 산죽, 오구대, 신위대 라고도 한다
갓대	죽세공 조리를 만들 때 주로 사용되며 잎은 피침형이고 앞밀이 급하게 뾰족하고 표면에 광택이 나고 뒷면은 백색을 띤다.
조릿대	작은 화수는 복총상화서이고 2-5송이가 달렸으며 줄기가 곧고 높이는 1-2m 정도이고 영광은 식용, 잎은 약용, 관상용, 조리등 다양한 용도로 사용된다.
제주조릿대	섬대에 비해 간초의 기부는 마디와 더불어 비대하며 구상을 이루고 줄기는 분리하지 않으며 줄기가 10-80cm 이고 잎이 좁고 긴 타원형이고 잎밀이 급히 뾰족하고 끝은 길고 뾰족하여 관상용으로 주로 이용된다.
기주조릿대	높이 20-60cm 이고 잎은 좁은 피침형이며 잎밀이 급하게 뾰족하고 끝이 가늘고 길고 뾰족하며 표면에 광택이 나고 뒷면이 엷은 백색을 띠며 화수는 총상이고 작은 화수는 3-9송이가 달렸으며 과실은 없고 잎은 약용으로 사용된다.

(2) 대나무의 용도

대나무의 용도는 예로부터 죽세공품, 농 용재, 건축용재, 펄프용재 등 다양한 용도로 사용되었으나 산업화에 따라 플라스틱 등 합성재의 이용으로 대나무의 용도가 줄어들고 있다. 식용으로는 죽순, 열매, 수액 등이 이용되었으며 환경 및 건강용품으로 대나무 숯, 죽초액이 이용되고 있다.

(3) 대나무의 효능

대나무는 한약재로 대나무껍질, 가지, 잎, 순, 내피인 죽여 등이 이용되어왔다. 열매는 원기를 북돋우는데 이용하고, 잎은 영 내림, 출혈방지, 이요, 소갈 방지, 등의 효능이 있고, 죽순은 소담, 상위, 이격, 하기, 화열, 지갈, 해독 등의 효능이 있으며, 죽여는 청열, 화담, 양혈, 제번, 지구 등의 효능이 있다.

죽고는 대나무 마디 속에 엉긴 덩어리로서 청열, 화담, 양심, 정경, 평간, 잠양, 명목, 이규, 자양오장, 복분 상에 효능이 있고, 죽력은 청열, 화람, 윤조, 진경, 통구, 등의 효능이 있는 것으로 알려져 있다. 동의보감에 보면 대나무는 주독을 포함하여 음식내에 들어 있는 독을 중화시키는 강력한 해독성분을 함유하고 있어 식중독 예방에 좋다고 한다. 대나무에는 디글루코스, 규산, 석회, 칼리 등의 성분이 있어 해열, 진토, 거담, 지갈 효과가 있고 구토, 기침, 신열, 황달, 입덧, 어린이 간질, 열로써 생기는 모든 병에 효과가 있어 선조들은 실생활에 다양하게 이용하기도 하였다. 대나무는 뿌리에서부터 잎까지 약용으로서 활용도가 높으며 고대문헌<신봉본초경>에 댓잎은 맛이 쓰고 성질이 차서 해소와 상기, 종양, 해열, 상충에 효과가 있다고 되어 있다. 그 외에 의학 서적에 기록된 내용을 보면 관란, 토혈, 거담, 중풍, 당뇨, 두통, 고혈압, 현기증, 신경쇠약, 임

신빈혈, 간질, 불면, 과다음주, 피로회복 등에 신비한 효능이 있는 것으로 알려져 있다.

(4) 대나무불판

① 대나무불판의 특징과 기능

대나무 불판이란 육류구이용 불판(석쇠)에 관한 것으로 대나무의 유익한 성분을 고기에 흡수시키는 동시에 생성된 기름이 용이하게 배출되도록 하는 대나무살을 이용한 불판이다. 대나무 불판은 기존의 일반 불판들의 단점을 한 번에 보완한 불판으로서, 육류를 구우면서 거의 불판을 갈아 줄 필요가 없고, 획득과 가공이 용이한 천연재료인 대나무살을 사용하므로 대나무의 유익한 성분이 그대로 갈비와 삼겹살 등 육류에 스며들어 육류의 상품을 뛰어나게 하는 특징이 있으며 위생적인 측면에서는 일반불판과는 비교 할 수 없을 정도로 뛰어나다고 할 수 있다.

뿐만 아니라, 초록대나무만을 사용하므로 고기를 구울 때의 녹색불판은 고객의 눈을 편하게 해주며, 심신의 피로를 풀어주는 역할을 한다. 자연친화적, 친환경적인 이미지가 강하게 어필되어 뛰어난 시각적 효과로 고객의 입맛을 재촉, 웰빙 트렌드에 걸 맞는 건강을 지킬 수 있는 '기능성 불판'이라고 할 수 있다.

②대나무불판의 구조 (실용신안특허 등록 제0353486호)

육류구이용 전용불판으로서 대항하는 2변으로 된 다수의 결합 공을 지니는 몸체, 상기몸체의 중앙부에 아치 형태로 일정간격으로 형성되고, 기름 배출을 위해 상면이 오목하게 형성되는 빗살 대, 및 상기 빗살대의 상면에 안착되도록 몸체의 결합 공에 결합되는 대나무살을 포함하여 이루어지며, 상기몸체는 상기 일변의 결합 공에 연하여 내측으로 모으는

요흡과, 상기 요흡상의 기름을 하방으로 낙하시키는 통공이 구비되고, 상기 대나무살은 상면에 길이 방향으로 형성되는 요흡과, 요흡상에 수직으로 관통되는 통공을 더 구비하는 것을 특징으로 하는 대나무살을 이용한 불판이다.

그 표면 구조는 복수개의 대나무 결합 홈과 복수개의 돌출부가 반복적으로 형성이 되어 있으나 불판 몸체의 중앙부가 불룩한 아치 형태로 이루어진 다수개의 빗살대의 조합으로 구성이 되어 있으며, 몸체에 구성된 대향하는 결합 홈에 대나무가 끼워지는 형태로 배치되도록 구성이 되었으며 화기의 열이 직접 고기에 접촉할 수 있는 고기구이방식(직화구이) 구조로 만들어졌다.

4) 대나무 불판의 SWOT분석

청정한 녹색의 대나무불판은 고객의 눈을 편하게 하고, 청죽위의 붉은 고기는 익어가는 동안 그 보색 대비 만으로도 절묘한 시각적 효과로 보는 즐거움 또한, 맛이 된다.

대나무석쇠에 숯불이 닿아 은은하게 퍼지는 대나무향은 심신의 피로를 풀어주고, 고기의 잡 내를 없애주는 후각을 통한 최고의 맛을 끌어내 준다.

뿐만 아니라 대나무수액과 직화 숯불로 구워진 고기는 부드럽고 촉촉하며 씹을수록 그 맛이 깊어진다.

<표 2-5> 대나무 불판의 SWOT분석

대나무 불판의 강점	* 차별화된 전략으로 매출의 극대, * 청정한 녹색은 고객의 눈을 편하게 하는 시각적인 효과, * 숯불이 닿으면서 내는 대나무향은 고기의 잡 내를 없애주는 뛰어난 후각적인 효과, * 대나무수액과 직화 숯불고기의 맛이 어우러져 더 깊은 맛을 내는 미각적인 효과, * 세척이 쉽고 불판을 갈아주는 번거로움이 없다. * 재사용을 하지 않기 때문에 위생적이다. * 무공해 초록 대나무를 사용하므로 친환경적이다. * 대나무의 뛰어난 효능(기능성)을 육류에 접목, 기능적인 요소가 강하다. * 일반불판과 같은 발암물질의 생성이 전혀 없다. * 코팅불판인 경우 재 코팅을 하는 비용이 발생하지 않는다. * 대나무불판과 함께 이루어진 로스타 시스템이 가스, 숯불점용이므로 다양한 메뉴의 접목이 가능하다. * 대나무위에 굽이는 육류의 육즙은 잘 마르지 않는다. * 대나무불판은 돼지고기 특유의 잡 내까지 잡아주는 역할을 한다.
대나무 불판의 약점	* 대나무살 구입에 추가 비용이 든다. * 2번째부터 올리는 고기는 참숯의 열량이 좋아 육류의 굽이는 속도는 일반불판과 별반 차이가 없으나, 처음에는 육류가 천천히 익기 때문에 고객의 불평요소가 발생될 수 있다.
기회요인	* 타 업체 보다 차별화된 불판으로 경쟁력이 뛰어나다. * 대나무불판을 사용하는 업체는 신규 및 고객 확보가 용이 하여 업소의 매출이 증가함 * 국산 청죽의 공급이 안정적이다.
위협요인	* 처음 구입 시, 일반불판(석쇠)보다 비용이 비싸다. * 육류가 굽이는 동안 연기의 발생으로 닥터의 설비가 필요하여 비용이 발생한다. * 가스와 전기시설을 해야 하므로 비용과 시간이 투자되어야 한다.

제3절 IPA 기법

1. IPA 기법의 개념

중요도-만족도 분석(IPA)은 다속성 모델의 개념적 구조를 가지고 있다. Martilla & James(1977)가 자동차 사업의 만족도를 분석하기 위하여 IPA 모형을 처음 사용한 이래 건강진단(Cunningham & Gaeth, 1989; Dolinsky & Caputo, 1991), 병원 경쟁력 분석 (Yavas & Shemwell, 2001), 성인 교육평가 (Alberty & Mihalik, 1989), 은행산업 경쟁력 평가 (Yeo, 2003), 온라인 서비스 품질 측정 (Ennew et al., 1993) 등 다양한 연구 분야에서 활용되고 있다.

IPA 분석의 기본 가정은 만족도 속성에 대한 고객의 수준은 상품이나 서비스 성취도의 기대와 판단에 의해 나타나고 있다는 것이다. 즉, IPA는 이용자의 실질적인 만족도를 측정하기 위하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 만족도를 이용자 스스로가 평가하게 함으로써 각 속성의 상대적인 중요도와 성취도를 동시에 비교·분석하는 평가 기법이다 (Hammit, et al., 1996). IPA는 최근 전통적인 SERVQUAL 모형 (Parasuraman, et al., 1988)의 대안으로써 다양한 산업에서 상표, 상품, 서비스 및 소매상에 대한 강점과 약점을 판명하는데 광범위하게 사용되고 있는 기법이다. 따라서, 축제이벤트 평가와 같은 만족도 분석을 하는데도 유용한 지침을 제시할 것으로 기대된다. 특히, 이러한 IPA모형의 특성은 중요도와 만족도의 속성별 비교 평가 값에 의하여 4가지의 다면적 의사결정을 내릴 수 있다는 점이다. <그림 2-3>에는 IPA를 이용하기 위한 격자 모형 및 해석이 제시되어 있는데, X축은 만족도를 나타내고 Y축은 중요도를 나타낸다. 4개의 분면의 해석은 약점항목, 강점항목,

저 우선순위, 불필요 강점을 의미하며 사이버 IR에 이 프레임워크를 적용하면 사이버 IR 사용전·후에 대한 고객의 평가 값으로 그 가치를 평가하게 되는 것이다.



<그림 2-3> IPA 프레임워크

자료: Martilla & James, 1977.

<그림 2-3>의 각 사분면을 살펴보면 I 사분면에 위치하는 속성들은 고객들에게는 매우 중요하게 인식되지만 그 만족도는 매우 낮기 때문에, 기업들이 특히 집중해서 관심을 가져야 한다. II 사분면에 위치하는 속성들은 고객들에게 중요한 속성으로 인식되고 있으며, 그 만족도 역시 높기 때문에 기업들은 현재의 제공 서비스 수준을 유지하는 것만으로도 충분하다. III 사분면에 위치하는 속성들은 고객들에게 중요하지 않게 인식되고 있으며, 만족도도 낮다. 따라서 기업의 입장에서는 만족도가 높지는 않지만 중요도도 낮기 때문에 불필요하게 이 영역에 속한 속성들에 우선순위를 둘 필요는 없다. 이 부분에 속한 속성들은 기업의 성과에 큰 영향을 미치는 요인이 아니기 때문이다. 이러한 낮은 우선순위의 부분에

대해서는 기업들은 제한된 자원만을 투입하면 된다. IV사분면은 고객들에게 낮은 중요도로 인식이 되지만, 상대적으로 높은 만족도를 이끌어내는 속성들이 위치한다. 이러한 영역에 해당하는 속성은 홍보 등을 통해서 중요한 속성으로 인식하도록 하는 방법을 고려할 수 있다 (Martilla & James, 1977).

2. IPA 선행연구

국내외 주요 호텔·외식 및 관광 저널에서 중요도와 성취도(IP)에 관련된 문헌을 검토한 결과 다음과 같은 문헌들이 나타났다.

첫째, 관광지 속성에 관한 중요도와 성취도 연구(Enright & Newton, 2004; Huan et al., 2002) 둘째, 호텔 및 외식분야에 관한 중요도와 성취도 연구(Chu & Choi, 2000; 구정대 & 양영재, 2004; 김문수, 2003; 김홍범 등, 2001; 이태희 & 김종미, 1997; 이방식, 2002) 셋째, 항공사와 여행에 관한 중요도와 성취도 연구(Zhang & Chow, 2004; 김계섭 & 조주은, 2004) 넷째, 컨벤션 및 교육분야에 관한 중요도와 성취도 연구(이혜련 & 김정만, 2003; 이혜숙 & 정규엽, 2004)로 나타났다.

그러나 본 연구에서와 같이 육류, 불고기, 삼겹살 등 육류식품에 관련된 중요도와 성취도 연구는 거의 전무한 실정이어서 이 분야에 대한 연구가 필요함을 지적해준다.

제3장 조사 설계

제1절 연구과제

1. 메뉴품질의 중요도와 만족도의 차이에 관한 연구과제

본 연구에서는 선행연구를 근거로 하여 육류전문점에서 고객들이 고려하는 메뉴품질 속성을 메뉴 독창성, 음식의 맛, 음식의 향, 음식의 온도, 메뉴의 질, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 양, 불판 교체시기, 음식 가격 등을 측정하였다. 따라서 본 연구에서는 이러한 메뉴 품질 속성에 대한 고객들의 중요도와 만족도 간에 차이가 있는가를 분석하고자 하였다. 따라서 다음과 같이 연구과제 1을 설정하였다.

연구과제 1: 메뉴품질의 중요도와 만족도 간에는 차이가 있는가?

2. 육류품질 만족도에 대한 대나무불판과 일반불판과의 차이에 관한 연구과제

본 연구에서는 선행연구를 근거로 하여 육류전문점에서 고객들이 고려하는 육류품질 속성을 경험과 신뢰 품질 속성으로 구분하였다. 먼저, 경험품질 속성에서는 맛, 신선함, 불판 교환의 편리성, 향기, 육즙, 고기의 부드러움, 고기 굽는 속도 등을 측정하였다. 반면에, 신뢰품질 속성에서는 건강함, 자연성, 환경친화성, 건진함, 배타성(독특함), 생산방법(굽는 방법), 비용 대 가치 등의 속성을 포함시킨다. 또한 제시된 육류품질에 대한 만족도는 전술한 바와 같이 고객들이 이용하는 불판의 종류에 따라

서 달라질 것으로 예측된다. 따라서 본 연구에서는 육류품질에 대한 만족도가 대나무불판과 일반불판 간에 차이가 있는가를 분석하고자 하며, 다음과 같은 연구과제 2를 설정하였다.

연구과제 2: 육류품질 만족도는 대나무불판과 일반불판 간에 차이가 있는가?

3. 육류품질 만족도가 전반적 품질만족에 미치는 영향에 관한 연구과제

제시된 육류품질 속성들에 대한 만족도는 육류품질에 대한 전반적 만족도에 영향을 미칠 것으로 예상된다. 또한 이러한 육류품질 속성이 전반적 품질 만족도에 영향을 미치는 정도는 대나무불판과 일반불판을 이용할 때 차이가 있을 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 연구과제 3을 설정하였다.

연구과제 3: 어떠한 육류품질 속성이 대나무불판과 일반불판의 전반적 품질만족도에 영향을 미치는가?

제2절 조사설계

1. 조사 프레임워크

본 연구에서는 육류품질의 중요도-만족도 간의 차이를 대나무불판과 일반불판 간에 있어서 실증적으로 분석하고, 이러한 결과를 근거로 하여 육류전문점의 마케팅전략을 제시하기 위해 <그림 3-1>와 같은 연구절차를 설계하였다. 먼저 1단계에서는 기존연구를 분석하여 육류품질을 구성하고 있는 요인(속성)을 도출한 후 이들에 대한 고객의 중요도-만족도 평가를 실시하였다. 이를 바탕으로 육류전문점이 판매하고 있는 육류품질의 강·약점을 파악할 수 있도록 하였다. 2단계에서는 구성요소를 몇 개의 카테고리 분류한 후 이들 요인 중에서 어떠한 요인이 고객의 전반적인 만족도에 영향을 미치는가를 분석하였다. 끝으로 3단계에서는 1단계의 분석결과와 2단계의 분석결과를 통합하여 육류전문점의 마케팅 활성화를 위한 지침을 제시하는 전략 프레임워크를 제시하였다.

1단계:

①육류품질 속성 도출

②육류품질 속성 중요도 분석

③육류품질 속성 만족도 분석

t-test

요인분석, 회귀분석

2단계:

④중요도-만족도 분석

⑤ 전반적 품질 만족도 분석

⑥ 핵심 구성요인 도출
(대나무불판 대 일반불판)

3단계:

⑦ 육류전문점 품질전략 방안 제시

<그림 3-1> 연구절차

2. 표본의 설계

본 연구는 대구지역에 거주하면서 불고기, 갈비, 삼겹살 등을 판매하는 육류전문점을 이용하였거나, 이용하고 있는 고객들 중 대나무불판과 일반불판을 모두 이용하였던 고객들을 대상으로 하여 설문지를 배포하고, 회수하여 분석한다. 이를 위하여 대구지역에서 육류전문점을 운영하고 있는 사장님 또는 지배인들에게 설문조사에 동의할 것인가를 확인하고, 설문조사에 동의한 육류전문점들에서 설문조사를 실시할 예정이다. 예상되는 설문조사 부수는 300부이며, 설문서를 쉽게 회수하기 위하여 설문조사에 응답한 고객들에게는 할인혜택을 제공할 예정이다. 설문조사 기간은 2006년 0월 1개월간이다.

3. 설문서 구성 및 분석방법

설문서는 본 조사와 관련된 인사말과 육류품질 속성의 중요도와 만족도, 육류품질에 대한 전반적 만족도, 고객들의 일반적 특성 (성별, 연령, 소득수준, 직업, 가족 수 등)과 행위 (지출금액) 등에 관한 내용으로 구성된다. 설문서는 자기기입식(self-administered)으로 응답자에게 제시되었으며, 각 측정항목에 대하여 어느 정도 동의하는지를 리커트(Likert scale) 7점 척도로 체크하도록 하였다.

설문서는 SPSS 프로그램을 이용하여 빈도분석, 교차분석, t-test, 요인분석, 신뢰도 분석, 그리고 회귀분석 등을 이용하여 분석될 것이다.

4. 변수의 측정

1) 메뉴품질의 측정

본 연구에서는 선행연구를 근거로 하여 육류전문점에서 고객들이 고려하는 메뉴품질 속성을 메뉴 독창성, 음식의 맛, 음식의 향, 음식의 온도, 메뉴의 질, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 양, 불판 교체시기, 음식 가격 등의 관점에서 측정하였다. 그리고 각 항목의 중요도는 1점이 '전혀 중요하지 않음', 7점이 '매우 중요함'으로 측정되었으며, 지각된 만족도의 경우에도 1점이 '전혀 만족하지 않음', 7점이 '매우 만족함'으로 측정되었다.

2) 육류품질의 속성

육류품질의 속성은 선행연구를 근거로 하여 향기, 고기 맛, 위생, 건강, 육즙, 맛의 부드러움, 고기 굽는 속도, 불판교환의 편리성, 비용 대 가치 등의 관점에서 측정되었다. 그리고 각 항목의 만족도는 1점이 '전혀 만족하지 않음', 7점이 '매우 만족함'으로 측정되었다.

3)육류품질의 전반적 만족도

육류품질의 전반적 만족도는 Lee, Lee, & Yoo(2000)의 연구에서 사용된 항목을 이용하여 고객들이 먹고 있는 육류에 대한 좋은 느낌, 육류선택에 대한 만족도, 그리고 육류품질에 대한 전반적 만족도 등 3개 항목을 이용하여 측정하였다. 각 항목의 만족도는 1점이 '전혀 그렇지 않다', 7점이 '매우 그렇다'로 측정되었다.

제4장 실증분석

제1절 표본의 일반적 특성

설문에 응답한 응답자들은 총 307명으로 <표 4-1>에서 보는 바와 같이 여자가 61.2%로 38.8%인 남자에 비하여 많았으며, 결혼 유무는 기혼자가 62.9%로 미혼자에 비하여 많았다. 연령별로는 20대가 34.5%, 30대가 33.9%의 순으로 많은 비중을 차지하였으며, 직업은 관리/사무직이 19.9%, 주부가 19.5%, 판매/서비스직이 17.6%의 순으로 나타났다. 교육수준은 대졸이 28.3%, 전문대졸이 25.7%, 그리고 고졸이 24.8%의 순이었으며, 월평균 소득은 200-300만원 미만이 33.9%, 100-200만원 미만이 32.2%의 순으로 나타났다.

제2절 상관관계 분석

본 연구에 이용된 육류품질의 속성과 불판에 대한 전반적 만족도간의 상관관계를 알아보기 위하여 <표 4-2>와 <표 4-3>에서와 같이 상관관계분석을 실시하였다.

먼저, 대나무 불판에 대한 전반적 만족도와 대나무 불판을 이용하여 구운 고기에 대한 속성들에 대한 만족도 간의 상관관계는 <표 4-2>에서와 같이 고기 향기와 대나무 불판 전반적 만족도간의 상관관계가 0.56으로 가장 높았으며, 고기 굽히는 속도와 대나무 불판 전반적 만족도 간의 상관관계가 0.38로 가장 낮은 것으로 나타났다. 그리고 모든 변수들간의 상관관계 값은 $p < 0.01$ 수준에서 유의적인 관계를 가지는 것으로 나타

났다.

<표 4-1> 응답자의 인구통계적 특성

구 분		빈도수(명)	비율(%)
성별	남자	119	38.8
	여자	188	61.2
결혼 상태	기혼	193	62.9
	미혼	102	33.2
	무응답	12	3.9
연령	20세 미만	10	3.3
	20 - 29세	106	34.5
	30 - 39세	104	33.9
	40 - 49세	56	18.2
	50세 이상	29	9.5
	무응답	2	0.7
직업	관리/사무직	61	19.9
	판매/서비스직	54	17.6
	전문/기술직	36	11.7
	생산/현장직	27	8.8
	자영업/대표	22	7.2
	주부	60	19.5
	학생	41	13.4
	기타	6	2.0
	무응답	41	13.4
교육수준	중졸 이하	15	4.9
	고졸	76	24.8
	전문대졸	79	25.7
	대졸	87	28.3
	대학원 이상	9	2.9
	무응답	26	8.5
월평균 소득(만원)	100 미만	26	8.5
	100 - 200 미만	99	32.2
	200 - 300 미만	104	33.9
	300 - 400 미만	33	10.7
	400 - 500 미만	12	3.9
	500 - 600 미만	3	1.0
	600 - 700 미만	1	0.3
	1000 이상	4	1.3
	무응답	25	8.1

<표 4-2> 대나무 불판 전반적 만족도와 품질 속성 간의 상관관계 분석

구 분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. 대나무불판 전반적만족도	1.00											
2.고기 향기	0.56	1.00										
3.고기 맛	0.50	0.80	1.00									
4.건강적 측면	0.50	0.72	0.71	1.00								
5.시각적 측면	0.51	0.69	0.66	0.82	1.00							
6.고기 질감	0.38	0.70	0.73	0.70	0.74	1.00						
7.고기 굽히는 속도	0.35	0.61	0.55	0.63	0.60	0.61	1.00					
8.불판교환 편리성	0.41	0.54	0.47	0.60	0.56	0.49	0.73	1.00				
9.불판 비용 대 가치	0.39	0.60	0.57	0.58	0.60	0.63	0.65	0.63	1.00			
10.메뉴 차별성	0.40	0.67	0.62	0.60	0.67	0.67	0.56	0.50	0.63	1.00		
11.음식 청결성	0.48	0.70	0.61	0.71	0.73	0.68	0.59	0.54	0.62	0.82	1.00	
12.구이 방법	0.44	0.65	0.59	0.68	0.69	0.67	0.60	0.59	0.58	0.78	0.81	1.00
평균	5.19	5.61	5.59	5.54	5.58	5.49	4.59	4.82	4.79	5.31	5.39	5.25
표준편차	1.48	1.37	1.48	1.47	1.49	1.50	1.49	1.66	1.46	1.48	1.43	1.43

* 모든 변수들간의 상관관계 계수는 $p<0.01$ 임.

한편, 일반 불판에 대한 전반적 만족도와 일반불판을 이용하여 구운 고기에 대한 속성들에 대한 만족도 간의 상관관계는 <표 4-3>에서와 같이 음식 청결성과 일반불판 전반적 만족도간의 상관관계가 0.47로 가장 높았으며, 불판 교환 편리성과 일반불판 전반적 만족도 간의 상관관계가 0.30으로 가장 낮은 것으로 나타났다. 그러나 모든 변수들간의 상관관계 값은 $p<0.01$ 수준에서 유의적인 관계를 가지는 것으로 나타났다.

<표 4-3> 일반 불판 전반적 만족도와 품질 속성 간의 상관관계 분석

구 분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.일반불판 전반적 만족도	1.00											
2.고기 향기	0.45	1.00										
3.고기 맛	0.42	0.84	1.00									
4.건강적 측면	0.37	0.72	0.73	1.00								
5.시각적 측면	0.40	0.70	0.72	0.81	1.00							
6.고기 질감	0.38	0.69	0.76	0.77	0.74	1.00						
7.고기 굽히는 속도	0.37	0.51	0.49	0.50	0.51	0.50	1.00					
8.불판교환 편리성	0.30	0.42	0.43	0.44	0.46	0.44	0.70	1.00				
9.불판 비용 대 가치	0.31	0.45	0.49	0.42	0.46	0.48	0.54	0.56	1.00			
10.메뉴 차별성	0.42	0.63	0.54	0.64	0.63	0.63	0.54	0.38	0.48	1.00		
11.음식 청결성	0.47	0.66	0.64	0.69	0.66	0.65	0.49	0.43	0.43	0.70	1.00	
12.구이 방법	0.41	0.66	0.60	0.67	0.68	0.67	0.49	0.41	0.49	0.77	0.76	1.00
평균	3.99	4.36	4.36	4.21	4.07	4.17	4.56	4.47	4.36	4.12	4.18	4.25
표준편차	1.11	1.21	1.20	1.24	1.25	1.23	1.29	1.43	1.36	1.23	1.30	1.26

* 모든 변수들간의 상관관계 계수는 $p<0.01$ 임.

제3절 연구가설 또는 과제의 검증

1. 연구과제 1의 분석

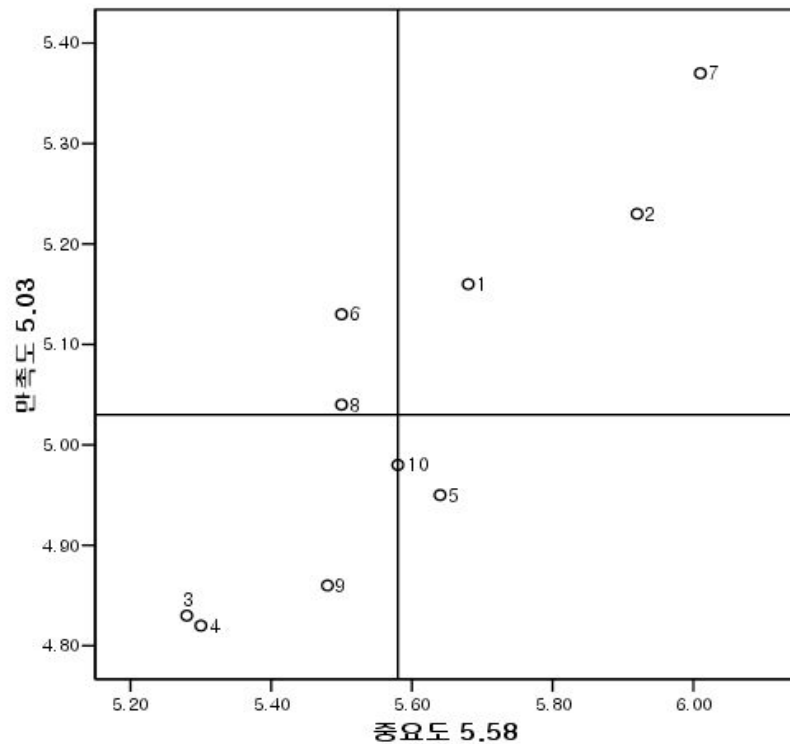
연구과제 1은 육류전문점의 메뉴품질의 중요도와 만족도 간에는 차이가 있는가를 알기 위한 것이다. 이를 위하여 첫째, 육류전문점에서 고객들이 고려하는 메뉴품질 속성 즉 메뉴 독창성, 음식의 맛, 음식의 향, 음식의 온도, 메뉴의 질, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 양, 불판 교체시기, 음식 가격 등에 대한 중요도와 만족도의 차이를 대응표본 t-test를 이용하여 분석하였다. 그 결과는 <표 4-4>와 같이 나타났는데, 중요도에 관한 평균 순위 결과 ‘음식의 청결성’(6.01), ‘음식의 맛’(5.92), ‘메뉴

독창성'(5.68), '메뉴의 질'(5.64), '음식 가격'(5.58)에 대해 상대적으로 중요시 여기고 있었고, '음식의 향'(5.28), '음식의 온도'(5.30) 등은 상대적으로 중요성 인식에 있어 낮은 순위를 나타냈다. 또한 메뉴 품질에 대한 실행도(만족도) 평균을 살펴보면 '음식의 청결성'(5.37), '음식의 맛'(5.23), '메뉴 독창성'(5.16), '음식의 모양'(5.13), '음식의 양'(5.04)에 대해서는 상대적으로 만족하는 것으로 조사 되었고, '음식의 온도'(4.82), '음식의 향'(4.83), '불판 교체시기'(4.86), '메뉴의 질'(4.95), '음식 가격'(4.98)에 대해서는 상대적으로 낮은 만족도를 보였다.

<표 4-4> 메뉴 품질의 대응표본 t-test 결과

	항 목	중요도		실행도(만족도)		t값	p값
		평균	순위	평균	순위		
1	메뉴 독창성	5.68	3	5.16	3	5.841	.000
2	음식의 맛	5.92	2	5.23	2	8.673	.000
3	음식의 향	5.28	10	4.83	9	4.652	.000
4	음식의 온도	5.30	9	4.82	10	5.740	.000
5	메뉴의 질	5.64	4	4.95	7	7.883	.000
6	음식의 모양	5.50	6	5.13	4	4.802	.000
7	음식의 청결성	6.01	1	5.37	1	8.461	.000
8	음식의 양	5.50	7	5.04	5	5.815	.000
9	불판 교체시기	5.48	8	4.86	8	7.085	.000
10	음식 가격	5.58	5	4.98	6	8.780	.000
전체평균		5.58		5.03			

둘째, 육류전문점의 메뉴품질에 대한 중요도-만족도에 대한 대응표본 t-test를 실시한 결과를 IPA(Importance Performance Analysis) 그래프로 나타낸 결과는 [그림 4-1]과 같다.

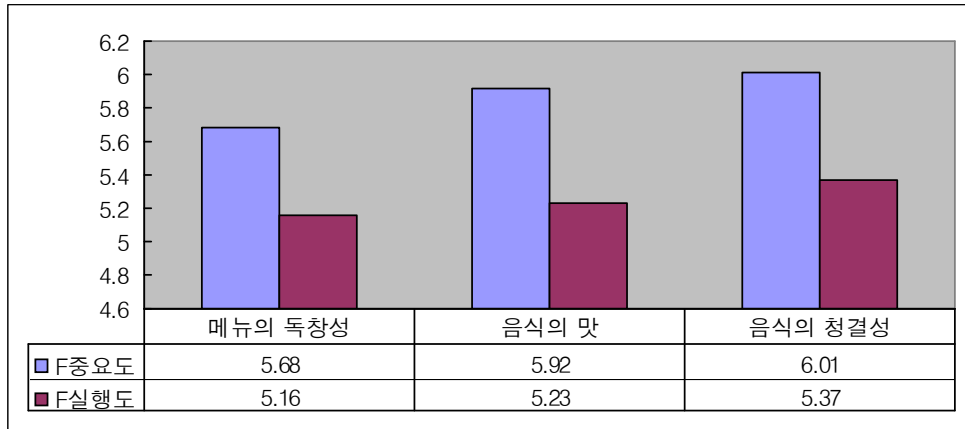


<그림4-1> 육류전문점 메뉴 품질에 대한 중요도-실행도 IPA 그래프

주 : 1. 메뉴 독창성, 2. 음식의 맛, 3. 음식의 향, 4. 음식의 온도, 5. 메뉴의 질, 6. 음식의 모양, 7. 음식의 청결성, 8. 음식의 양, 9. 불판 교체 시기, 10. 음식 가격

(1) 제 1 사분면(좋은 성과 계속 유지)

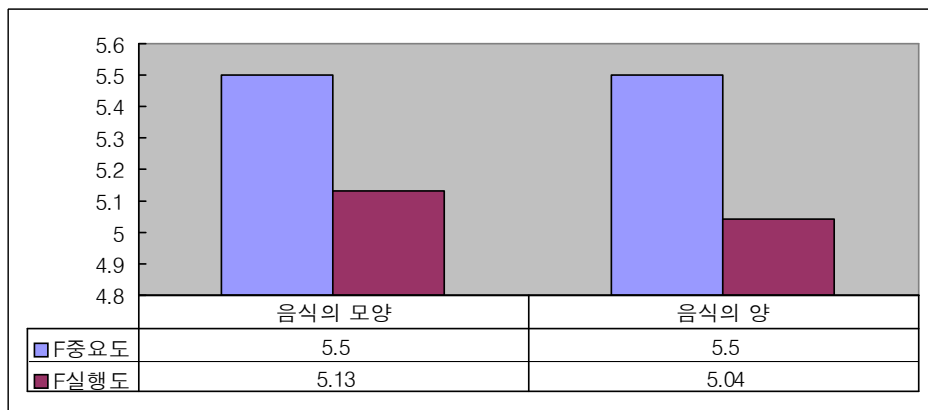
육류전문점의 메뉴 품질속성에 대한 고객들의 중요도도 높고 만족도도 평균보다 높게 나타나 좋은 성과를 계속 유지해야 하는 영역인 제 1사분면(좋은 성과 계속유지: keep up the good work)에는 메뉴의 독창성, 음식의 맛, 음식의 청결성 등이 추출되었다. 따라서 이 항목들은 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 하겠다(그림 4-2).



[그림4-2] 좋은 성과 계속 유지(1사분면)

(2) 제 2 사분면(과잉노력 지양)

고객들이 중요한 항목으로 인식하고 있지 않은 반면 그 실행도(만족도)는 평균에 비해 높게 나타나 이러한 속성부분에 과잉노력은 지양해야할 필요성이 있는 제 2사분면(과잉노력 지양 : possible overkill)에는 음식의 모양, 음식의 양 등으로 나타났다(그림 4-3).

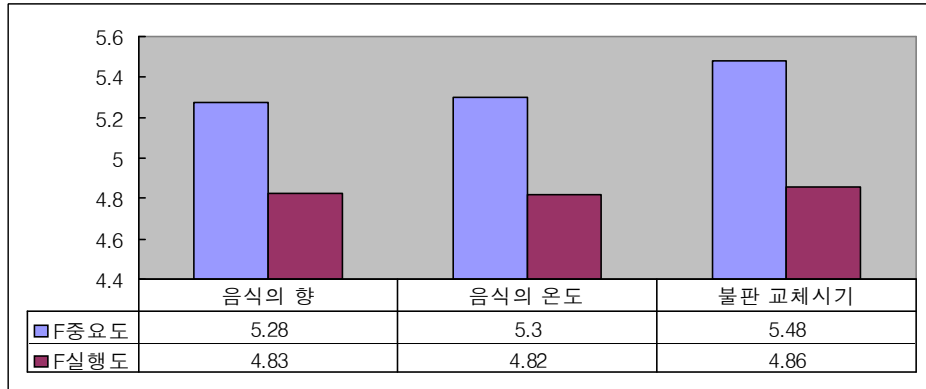


[그림4-3] 과잉노력지양(2사분면)

(3) 제 3 사분면(낮은 우선순위)

중요도와 실행도가 모두 낮게 나타나 더 이상 이들을 개선하기 위한 투자비용은 현재 이상의 집중화를 기울이지 않는 것이 좋을 것으로 여겨지

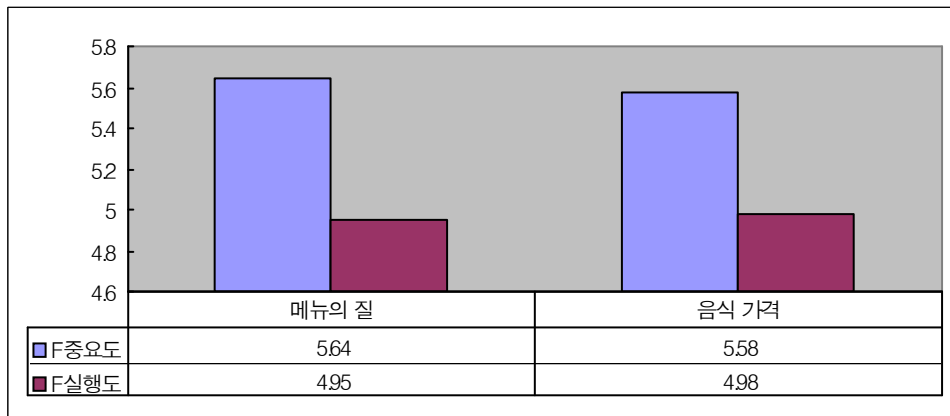
는 제 3사분면(낮은 우선순위 : low priority)에는 음식의 향, 음식의 온도, 불판의 교체시기 등으로 나타났다(그림 4-4).



[그림4-4] 낮은 우선순위(3사분면)

(4) 제 4 분면(여기에 집중)

고객들이 매우 중요하다고 느끼는 반면에 만족도는 그 기대에 미치지 못하므로 시급히 개선되어야 하고 집중적으로 관리를 해야 하는 제 4사분면(여기에 집중: concentrate)에는 메뉴 지식과 설명, 음식의 가격 등으로 나타났다(그림 4-5).



[그림4-5] 집중 관리면(4사분면)

2. 연구과제 2의 분석

연구과제 2는 불판유형에 따라 육류품질의 속성에 대한 만족도에 차이가 있는가를 알기 위한 것이다. 이를 위하여 대나무와 일반 불판별로 불판에 대한 전반적 만족도, 고기 향기, 고기 맛, 건강적 측면, 시각적 측면, 고기 질감, 고기 굽히는 속도, 불판교환 편리성, 불판 비용 대 가치, 메뉴 차별성, 음식 청결성, 구이 방법 등에 대한 만족도의 차이를 대응표본 t-test를 이용하여 분석하였다.

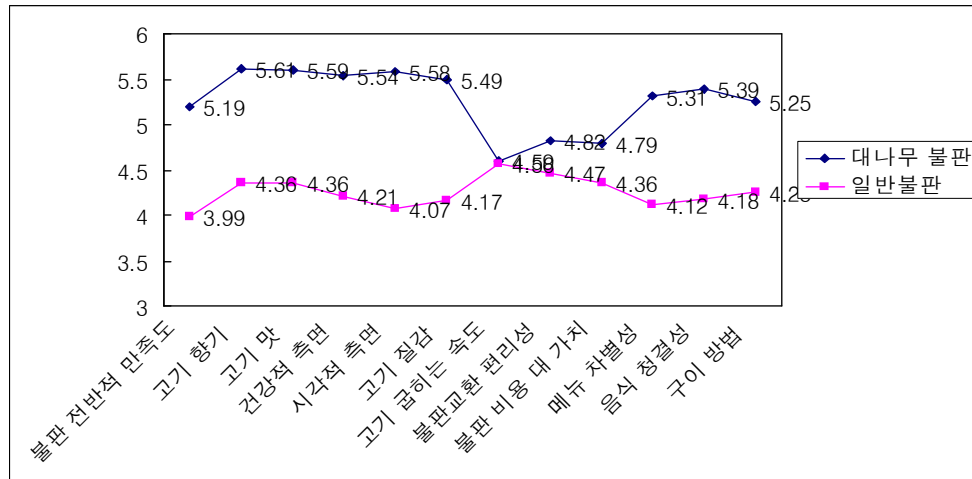
분석 결과, <표 4-5>와 <그림 4-6>에서와 같이 고기 굽히는 속도를 제외하고 불판에 대한 전반적 만족도와 다른 품질 속성 상에서 대나무 불판을 이용하였을 때가 일반 불판을 이용하였을 때보다 만족도가 높은 것으로 나타났다.

<표 4-5> 대나무와 일반 불판별 품질 속성 간의 차이 분석

	대나무 불판		일반불판		t	p
	평균	표준편차	평균	표준편차		
1.불판 전반적 만족도	5.19	1.48	3.99	1.11	14.668	0.000
2.고기 향기	5.61	1.37	4.36	1.21	14.408	0.000
3.고기 맛	5.59	1.48	4.36	1.20	13.049	0.000
4.건강적 측면	5.54	1.47	4.21	1.24	13.056	0.000
5.시각적 측면	5.58	1.49	4.07	1.25	14.693	0.000
6.고기 질감	5.49	1.50	4.17	1.23	12.702	0.000
7.고기 굽히는 속도	4.59	1.49	4.56	1.29	0.305	0.761
8.불판교환 편리성	4.82	1.66	4.47	1.43	3.002	0.003
9.불판 비용 대 가치	4.79	1.46	4.36	1.36	4.282	0.000
10.메뉴 차별성	5.31	1.48	4.12	1.23	12.028	0.000
11.음식 청결성	5.39	1.43	4.18	1.30	13.660	0.000
12.구이 방법	5.25	1.43	4.25	1.26	10.172	0.000

* 고기 굽히는 속도 변수를 제외하고 모든 변수들은 유의한 차이가 있음.

<그림 4-6> 대나무와 일반 불판별 품질 속성에 대한 만족도 비교



특히 시각적 측면 속성에서 대나무 불판인 경우의 만족도가 5.58점인 반면에 일반 불판을 이용할 경우의 만족도가 4.07로 나타나 가장 큰 차이(1.51)가 있는 것으로 나타났다. 다음으로는 건강적 측면으로 대나무 불판의 경우 5.54인 반면에 일반 불판의 경우 4.21로 1.33의 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러나 고기 굽히는 속도에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다(대나무 불판 $M=4.59$, 일반불판 $M=4.56$, n.s.).

따라서 대나무 불판과 일반 불판을 이용하였을 경우, 고객들은 일반불판을 이용하였을 때보다 대나무 불판을 이용하였을 경우에 더 만족하는 것을 알 수 있다.

3. 연구과제 3의 분석

연구과제 3은 불판유형에 따라 어떠한 육류품질 속성이 불판의 전반적 만족도에 영향을 미치는 가를 알기 위한 것이다. 이를 위하여 대나무와 일반 불판별로 불판에 대한 전반적 만족도를 종속변수, 그리고 육류 품

질 속성을 독립변수로 하여 단계별 투입방식에 의한 다중회귀분석(stepwise multiple regression analysis)을 실시하였다. 먼저, 대나무 불판의 경우에 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-7>에서 보는 바와 같이 대나무불판에서의 육류품질과 대나무불판의 전반적인 만족도와 영향관계에서 종속변수인 전반만족도에 대한 전체 설명력(R^2)은 35.6%(0.356)로 나타났고, 회귀식에 대한 통계적 유의성을 나타내는 F통계량 값은 16.738이고 유의도는 $p < 0.000$ 이다. 따라서 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다. 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 전반만족도에 영향을 미치는 변수로는 고기의 향기, 시각적인 측면, 고기의 질감으로 나타났으며, 이 중 β 계수 값이 0.474($t=6.868$, $p < 0.001$)로 나타난 고기의 향기가 전반적인 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로 시각적 측면이 0.316($t=4.324$, $p < 0.01$)으로 나타났다. 그러나 고기 질감이 전반적 만족도에 미치는 상대적 영향력은 $-0.187(t=-2.518, p < 0.05)$ 로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 대나무 불판을 이용할지라도 고기 질감에 대한 고객들의 지각을 높게 하지 못한다는 것을 의미한다.

<표 4-6> 품질속성이 대나무 불판 전반적 만족도에 미치는 영향 분석

	표준화 회귀계수(beta)	t	p
고기 향기	0.474	6.868	0.000*
고기 맛	0.148	1.794	0.074
건강적 측면	0.119	1.362	0.174
시각적 측면	0.316	4.324	0.000*
고기 질감	-0.187	-2.518	0.012**
고기 굽히는 속도	-0.031	-0.496	0.620
불판교환 편리성	0.097	1.677	0.094
불판 비용 대 가치	0.066	1.054	0.293
메뉴 차별성	-0.008	-0.113	0.910
음식 청결성	0.105	1.416	0.158
구이 방법	0.080	1.149	0.252
$R^2 = 0.356$, F-value=16.738, P=0.000			

* $p < 0.01$, ** $p < 0.05$

다음으로, 일반불판의 경우에 다중회귀분석을 실시한 결과, 회귀식의 설명력은 0.269(26.9%), F통계량 값은 37.120이고 유의도는 $p<0.000$ 로 유의한 것으로 나타나 추후 분석을 실시하였다. 분석 결과, <표 4-7>에서 보는 바와 같이 각 독립변수의 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 전반만족도에 영향을 미치는 변수로는 고기의 향기, 고기의 굽히는 속도, 음식의 청결성 등으로 나타났으며, 상대적 영향력을 beta 값을 이용하여 살펴 본 결과, 음식 청결성이 전반적 만족도에 미치는 beta 값이 0.268($t=3.974$, $p<0.01$)로 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로 고기 향기가 0.210($t=3.059$, $p<0.01$)으로 나타났다. 그리고 고기 굽히는 속도가 전반적 만족도에 미치는 상대적 영향력이 0.130($t=2.219$, $p<0.05$)으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 품질속성이 일반불판 전반적 만족도에 미치는 영향 분석

	표준화 회귀계수(beta)	t	p
고기 향기	0.210	3.059	0.002*
고기 맛	0.029	0.315	0.753
건강적 측면	-0.092	-1.170	0.243
시각적 측면	0.023	0.301	0.764
고기 질감	-0.015	-0.199	0.842
고기 굽히는 속도	0.130	2.219	0.027**
불판교환 편리성	0.012	0.170	0.865
불판 비용 대 가치	0.049	0.804	0.422
메뉴 차별성	0.068	0.908	0.365
음식 청결성	0.268	3.974	0.000*
구이 방법	0.011	0.132	0.895

$R^2 = 0.269$, F-value=37.120, P=0.000

* $p<0.01$, ** $p<0.05$

제5장 결 론

제1절 연구의 시사점

본 연구는 한국의 대표적 육류식품인 갈비, 불고기, 삼겹살 등의 품질에 대하여 육류구이 전문점을 이용하는 고객들이 지각하는 중요도, 실행도(만족도)를 조사하고 대나무불판의 출시와 더불어, 일반불판과의 비교 분석을 통하여 향후 갈비, 불고기, 삼겹살 등을 판매하는 경영자의 입장에서 세분화된 마케팅 방향을 설정하는 데 유용한 정보를 제공하며, 특히 고객관점에서의 육류 품질 개선 방안을 모색하고 동시에 효과적인 발전방안을 제시하고자 하였다.

연구과제 1은 육류전문점의 메뉴품질의 중요도와 만족도 간에는 차이를 살펴보는 것으로 메뉴품질 속성 즉 메뉴 독창성, 음식의 맛, 음식의 향, 음식의 온도, 메뉴의 질, 음식의 모양, 음식의 청결성, 음식의 양, 불판 교체시기, 음식 가격 등에 대한 중요도와 만족도의 차이를 대응표본 t-test를 이용하여 분석한 결과 중요도는 ‘음식의 청결성’(6.01), ‘음식의 맛’(5.92), ‘메뉴 독창성’(5.68), ‘메뉴의 질’(5.64), ‘음식 가격’(5.58)에 대해 상대적으로 중요시 여기고 있었고, 반면 ‘음식의 향’(5.28), ‘음식의 온도’(5.30) 등은 상대적으로 중요성 인식에 있어 낮은 순위를 나타냈다. 만족도는 ‘음식의 청결성’(5.37), ‘음식의 맛’(5.23), ‘메뉴 독창성’(5.16), ‘음식의 모양’(5.13), ‘음식의 양’(5.04)에 대해서는 상대적으로 만족하는 것으로 조사 되었고, 반면 ‘음식의 온도’(4.82), ‘음식의 향’(4.83), ‘불판 교체시기’(4.86), ‘메뉴의 질’(4.95), ‘음식 가격’(4.98)에 대해서는 상대적으로 낮은 만족도를 보였다. 또한 고객들이 매우 중요하다고 느끼는 반면에 만족도는 그 기대에 미치지 못하므로 시급히 개선되어야 하고 집중적으로 관리

를 해야 하는 제 4사분면(여기에 집중: concentrate)에는 메뉴의 질, 음식의 가격 등으로 나타났다.

연구과제 2는 불판유형에 따라 육류품질의 속성에 대한 만족도에 차이가 있는가를 알기 위한 것으로 대나무와 일반 불판별로 전반적 만족도, 고기 향기, 고기 맛, 건강적 측면, 시각적 측면, 고기 질감, 고기 굽히는 속도, 불판교환 편리성, 불판 비용 대 가치, 메뉴 차별성, 음식 청결성, 구이 방법 등에 대한 만족도의 차이를 대응표본 t-test를 이용하여 분석한 결과, 고기 굽히는 속도를 제외하고 불판에 대한 전반적 만족도와 다른 품질 속성에서 대나무 불판을 이용하였을 때가 일반 불판을 이용하였을 때보다 만족도가 높은 것으로 나타났다.

연구과제 3은 불판유형에 따라 어떠한 육류품질 속성이 불판의 전반적 만족도에 영향을 미치는가를 알기 위한 것으로 첫째, 대나무 불판의 경우에는 고기의 향기, 시각적인 측면, 고기의 질감 등이 전반적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이 중 β 계수 값이 0.474($t=6.868$, $p<0.001$)로 나타난 고기의 향기가 전반적인 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로 시각적 측면($\beta=0.316$), 고기 질감($\beta=0.187$) 등의 순으로 나타났다. 둘째, 일반불판의 경우에는 고기의 향기, 고기의 굽히는 속도, 음식의 청결성 등으로 나타났으며, 이 중 음식 청결성이 전반적 만족도에 미치는 영향력($\beta=0.268$)이 가장 큰 것으로 나타났으며, 다음으로 고기 향기($\beta=0.210$), 고기 굽히는 속도($\beta=0.130$)의 순으로 나타났다.

제2절 연구의 한계점과 향후계획

본 연구의결과는 다음과 같은 한계를 가지고 있다.

첫째, 연구결과의 적용범위와 관련하여 본 연구에서는 표본 대상이 2006년 3월 육류 구이 전문점을 이용한 고객으로 한정하였기 때문에 다른 기간에 육류구이전문점을 이용한 고객과의 차이가 있을 수 있으며 연구 결과의 일반화에 주의가 요구 된다.

둘째, 육류구이전문점의 육류품질을 평가하는 주체로는 경영자, 관리자, 종업원, 소비자 및 경쟁자를 들 수 있는데, 본 연구에서는 고객만을 대상으로 육류품질을 측정하여 종합적인 육류품질 측정이 이루어지지 못하였다.

셋째, 본 연구의 결과는 응답자들의 일반적 특성(성별, 연령, 직업)에 따라서 달라질 수 있을 것으로 예측된다. 따라서 향후 연구에서는 응답자들을 성별, 연령, 직업 등을 구분하여 각 연구단위 들 간의 관계가 다르게 나타나는 가를 분석할 필요가 있다.

참고 문헌

- 구정대 · 양영재(2004). 내국인과 일본인의 호텔선택속성에 관한 중요도 비교연구: 부산지역 특급호텔 이용객을 중심으로. 『관광연구』 19(1): 175-190.
- 김계섭 · 조주은(2004). 항공사 서비스 품질의 중요도-성과와 만족간의 관련성. 『관광연구』 19(2): 35-61.
- 김문수(2003). 호텔정보시스템의 중요도-성과분석. 『관광연구』 18(2): 289-300.
- 김일석 · 진상근 · 하경희 · 류현지 · 박기훈(2005). 한국형 육가공 제품류의 물리적 및 관능적 품질 특성. 『동물자원지』, 47(1): 49-56.
- 김홍범 · 최병호 · 이용기(2001). 호텔 식음료업장의 고객관계혜택의 중요도와 지각. 『관광학연구』 25(3): 213-230.
- 이나영 · 조철훈 · 강호진 · 김동수 · 변명우(2004). 시판 양념갈비에 오염된 병원성 미생물의 감마선 감수성 및 감마선 조사된 갈비의 관능적 품질특성. 『한국식품과학지』, 36(1): 168-173.
- 이방식(2002). 한국 상용관광객의 호텔선택 및 이용 속성 중요도 평가연구: 성별차이 비교를 중심으로. 『호텔경영학연구』 11(2): 41-54.
- 이태희 · 김종미(1997). 호텔 귀빈층 서비스별 중요도 및 만족도 연구. 『관광학연구』 21(1): 214-230.
- 이혜련 · 김정만(2003). 컨벤션참가자의 개최지서비스에 대한 인식: 중요도와 성취도. 『관광연구』 18(1): 79-94.
- 이혜숙 · 정규엽(2004). 호텔 경영학과 교과과정과 호텔 인력관리와의 관계: 호텔 종사원이 지각하는 중요도를 중심으로. 『호텔경영학연구』 13(2): 75-94.
- 최은경 · 김형욱 · 박재홍(1997). 품질개념의 확대가 기업성과에 미치는 영향. 『품질경영학회지』 25(2), 112-139.
- Alberty, S. and B.J. Mihalik(1989). The Use of

- Importance-Performance Analysis as An Evaluative Technique in Adult Education, *Evaluation Review*, 13(1): 33-44.
- Anderson, E.S.(1994). The Evolution of Credence Goods: A Transaction Approach to Product Specification and Quality Control. MAPP working paper no. 21. The Aarhus School of Business, Aarhus.
- Chu, R. K. S. & Choi, T. (2000). An Importance Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travellers, *Tourism Management*, 21(4): 363-377.
- Cunningham, M.A. and G.J. Gaeth(1989). Using Importance-Performance Analysis to Assess Patients Decisions to Seek Care in A Dental School Clinic, *Journal of Dental Education*, 53(10): 584-586.
- Dolinsky, A.L., and R.K. Caputo(1991). Adding A Competitive Dimension to Importance-Performance Analysis: An Application to Traditional Health Care System, *Health Marketing Quarterly*, 3: 61-79.
- Ennew, C.T., Reed, G.U. and M.R. Binks(1993). Importance-Performance Analysis and the Measurement of Service Quality, *European Journal of Marketing*, 27(2): 59-70.
- Enright, M. J. & Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach, *Tourism Management*, 25(6): 777-788.
- Fishbein, M. & Ajzen, I.(1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Grunert, K.G., Hartvig Larsen, H., Madsen, T.K, & Baadsgaard, A.(1996). *Market Orientation in Food and Agriculture*. Kluwer,

Boston.

- Grunert, K.G.(1997). What's in a steak? A cross-cultural study on the quality perception of beef. *Food Quality and Preference*, 8(3): 157-174.
- Gutman, J.(1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46(2): 60-72.
- Gutman, J.(1991). Exploring the nature of linkages between consequences and values. *Journal of Business Research*, 22(2): 143-149.
- Hammit, W. E., Bixler, D. N, & Francis, P. (1996). Going Beyond Important Performance Analysis to Analyze the Observance-Influence of Park Impact, *Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1): 45-62.
- Huan, T. C., Beaman, J., & Shelby, L. B. (2002). Using Action Grids in Tourism Management. *Tourism Management*, 23(3): 255-264.
- Lee, H., Lee, Y. K., & Yoo, D. (2000). The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction, *Journal of Services Marketing*, 40(3): 217-231.
- Martilla, J. A., & J.C. James(1977). Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, 41(1): 77-79.
- Nelson, P.(1970). Information and consumer behavior. *Journal of Political Economy*, 78: 311-329.
- Nelson, P.(1974). Advertising as information. *Journal of Political Economy*, 82: 729-754.
- Oude Ophuis, P. and & Van Trijp, H.(1995). Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach. *Food Quality and Preference*, 6(5): 177-183.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V.A., & Berry, L. L. (1988).

- SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1): 12-37.
- Steenkamp, J.-B. E. M.(1989). *Product Quality: An Investigation into the Concept and How It Is Perceived by Consumer*. Assen, Gorcum.
- Viaene, J., Verbeke, W., & Sufiati, M.(1999). Quality guidance toward milk in West Java, Indonesia: Empirical investigation of the quality perception process. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 11(1): 73-88.
- Wilde, L.L.(1980). The economics of consumer information acquisition. *Journal of Business*, 53: 143-158.
- Yavas, U. and D.J. Shemwell(2001). Modified Importance-Performance Analysis: An Application to Hospitals, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 14(3): 10-110.
- Zeithaml. V. A.(1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3): 2-22.
- Zhang, H. Q. & Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1): 81-91.
- <http://www.hyongc.com.ne.kr>

설 문 서

안녕하십니까?

저는 경주대학교 산업경영대학원에 재학 중인 이태용이라고 합니다.
금번에

「기능성 조리 기구를 이용한 육류품질의 고객만족도와 중요도에
관한 연구」 (대나무 불판을 중심으로)를 수행하기 위하여 본 설
문서를 준비하였습니다. 본 설문서의 내용은 귀하께서 이용하시는 식당
에 대한 귀하의 판단을 묻는 내용으로 구성되어 있으니 솔직하게 답변해
주시면 감사하겠습니다.

본 설문에 응하시는 귀하의 개인적인 사항이나 설문내용과 관계되는
모든 사항은 절대로 비밀이 보장됨은 물론 무기명으로 처리되며, 응답
내용은 단지 연구 논문을 위해서만 쓰일 것입니다.

만일 본 조사내용에 대한 의문사항이 있으시면 아래의 연락처로 연락
주시기 바랍니다. 바쁘신 시간을 내어 설문에 응해 주신데 깊은 감사를
드립니다.

2006년 5월

지도교수

연구자

이 연 정 교수
경주대학교 산업경영대학원
Tel) 018-202-0681

이 태 용
경주대학교 산업경영대학원
Tel) 011-504-3355

I. 다음의 문항들은 대나무 불판을 사용하는 이 식당에 대한 항목별 평가입니다. 각 항목에 대하여 귀하께서 중요하게 생각하신 정도와 실제 만족하신 정도에 관해 해당되는 번호에 V표로 체크해 주십시오.

중요도 (평소 중요하게 생각하신 정도)							설문 내용	만족도 (본 식당을 이용한 후의 만족 정도)						
전혀 중요하 지 않음	보통					매우 중요 함		전혀 만족 안함	보통					매우 만족
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	메뉴의 독창성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	전체적인 음식의 맛	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 향	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 온도	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	메뉴의 질	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 모양	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 청결성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 양	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	불판의 교체시기	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 가격	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

II. 다음의 문항들은 귀하께서 육류전문식당에서 고기를 구워 드실 때, 불판(석쇠)의 종류에 따라 사용해 본 경험에 대한 만족도평가 항목입니다. 각 항목에 대하여 실제 만족하신 정도에 해당되는 번호에 V표로 체크해 주십시오.

	불 판 의 종 류	전혀 만족 안함	보통					매우 만족
1	대나무불판(대나무살을 이용하여 직화구이용으로 사용함)	1	2	3	4	5	6	7
2	돌판(자연석으로 제작한 불판으로 주로 가스 불을 이용하여 간접구이용으로 사용함)	1	2	3	4	5	6	7
3	스텐불판(스텐판으로 제작한 불판으로 주로 간접구이용으로 사용함)	1	2	3	4	5	6	7
4	스텐석쇠(스텐재질의 스텐봉 혹은 스텐망으로 제작한 석쇠로 주로 직화구이용으로 사용함)	1	2	3	4	5	6	7
5	숯뚜껑불판(주물로 숯뚜껑의 형태로 제작하여 가스 불을 이용, 주로 간접구이용으로 사용함)	1	2	3	4	5	6	7
6	코팅불판(알루미늄재질로 제작한 후, 코팅을 한 불판으로서 간접, 직화구이용으로 사용함)	1	2	3	4	5	6	7

Ⅲ. 다음은 귀하께서 대나무불판과 일반불판(대나무불판을 제외한 모든 불판)을 이용하여 고기를 구워 드신 후, 전반적인품질의 만족도에 대한 항목입니다. 각 항목에 대하여 귀하께서 실제 만족하신 정도에 해당하는 번호에 V표로 체크 해 주십시오.

대나무불판							항 목	일반불판						
전혀 만족 안함	보통					매우 만족		전혀 만족 안함	보통					매우 만족
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	고기의 향기	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	고기의 맛	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	건강적인 측면	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	시각적인 측면 (불판의 색상)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	고기의 질감 (부드러움, 육즙)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	고기가 굽히는 속도	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	불판교환의 편리성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	불판의 비용 대 가치 (대나무살 1판: 약 600원)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	메뉴의 차별성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	음식의 청결성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	구이의 방법	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

IV. 다음 문항은 이식당의 고객만족에 관한 사항입니다. 귀하께서 느끼신 정도에 따라 적합한 곳에 체크하여 주시기 바랍니다.(고객만족은 이 식당을 이용한 후, 귀하께서 느끼신 전반적인 만족, 사전기대와 사후만족에 관한 정도를 질문하는 항목입니다.)

	항 목	전혀 그렇지 않다	보통					매우 그렇다
1	내가 이용한 이 식당이 다른 식당에 비해 이식당의 서비스에 만족한다.	1	2	3	4	5	6	7
2	내가 이용한 이 식당이 다른 식당에 비해 이식당의 시설에 만족한다.	1	2	3	4	5	6	7
3	내가 이용한 이 식당이 다른 식당에 비해 이식당의 음식의 맛과 품질에 만족한다.	1	2	3	4	5	6	7
4	내가 기대했던 수준과 비교할 때 가격(비용)이 적절했다.	1	2	3	4	5	6	7
5	내가 기대했던 수준과 비교할 때 이 식당의 대나무불판(석쇠)의 품질과 기능의 수준이 적절했다.	1	2	3	4	5	6	7
6	내가 기대했던 수준과 비교할 때 이 식당의 홍보 및 정보제공이 적절했다.	1	2	3	4	5	6	7

V. 다음 문항들은 이 식당에 대한 재방문의도에 관한 사항입니다. 귀하께서 느끼신 정도에 따라 적합한 곳에 체크하여 주시기 바랍니다.

	항 목	전혀 그렇지 않다	보통					매우 그렇다
1	나는 다음에도 이 식당을 계속 이용할 것이다.	1	2	3	4	5	6	7
2	나는 다른 사람에게 이 식당을 긍정적으로 말 할 것이다.	1	2	3	4	5	6	7
3	나는 앞으로 육류식당을 선택할 때, 이 식당을 우선적으로 선택할 것이다.	1	2	3	4	5	6	7
4	나는 나를 아는 다른 사람에게 이 식당의 이용을 권할 것이다.	1	2	3	4	5	6	7

Ⅵ. 다음 문항들은 귀하의 일반적 사항을 알기 위한 문항입니다. 각 문항에 대하여 적합한 곳에 체크하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은? 1) 남 2) 여
2. 귀하의 결혼 상태는?
 - 1) 기혼 2) 미혼/독신 3) 별거/이혼
3. 귀하의 연령은?
 - 1) 20세 미만 2) 20 - 29세 3) 30 - 39세
 - 4) 40 - 49세 5) 50 - 59세 6) 60세 이상
4. 귀하의 직업은?
 - 1) 관리/사무직 2) 판매/서비스직 3) 전문/기술직 4) 생산/현장직
 - 5) 자영업/대표 6) 주부 7) 학생 8) 기타 ()
5. 귀하의 교육정도는?
 - 1) 중졸이하 2) 고졸 3)전문대졸 4)대졸 5) 대학원 이상
6. 귀하의 월평균 소득은?
 - 1) 100만원 미만 2) 100-200만원 미만 3) 200-300만원 미만
 - 4) 300-400만원 미만 5) 400-500만원 미만 6) 500-600만원 미만
 - 7) 600-700만원 미만 8) 700-800만원 미만 9) 800-900만원 미만
 - 10) 900-1,000만원 미만 11) 1,000만원 이상
7. 귀하의 키와 몸무게는?
키: ()cm, 몸무게: ()kg

-설문에 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.**

A Study on the Satisfaction of Customer on Meat Quality Used Ability Mesh Dipper Utensil –Laying stress on bamboo Bulpan–

Lee, Tae -Yong

Graduate School of Industrial Management Kyungju University
Department of hotel and food-service management
Majoring in food-service

(Supervised by Professor Lee, Yeon -Jung)

Abstract

This research study that the perceived importance and satisfaction of the customers, who use flesh and meat roasted with both store's own special seasoning, on the quality of Korean typical flesh and meat food, and roast meat. Moreover, this research study for comparative analysis on differential effect by using between bamboo Bulpan and regular Bulpan on manager's view to present effective development plan.

Research task 1 is about analysing difference between importance and satisfaction on menu quality attribution which are menu creativity, taste of food, smell of food, temperature of food, quality of menu, shape of food, cleanliness of food, quantity of food, interval of changing Bulpan, food price and so on. For conducting task 1 uses confrontation specimen t-test that examine difference between importance and satisfaction of menu quality of flesh and meat in special store. 'Cleanliness. Satisfaction examination" showed results as

satisfaction highly relative with 'Cleanliness of food' (5.37), 'Taste of food' (5.23), 'Menu creativity' (5.16), 'Shape of food' (5.13), 'Quantity of food' (5.04), the other hand, there is low relationship with 'Temperature of food' (4.82), 'Direction of food' (4.83), 'Interval of changing Bulpan' (4.86), 'Quality of menu' (4.95), 'Food price' (4.98). Although customers feel satisfaction as very important factor, it should be improved urgently and appeared by quality of menu, price of food etc.. to the fourth quadrants (concentration here : Concentrate) that must manage concentrically because satisfaction does not get in the expectation.

Research task 2 analyzes the changing attribution of flesh and meat which are general satisfaction, meat fragrance, meat taste, health enemy aspect, visual aspect, meat texture, the speed that bend the meat, Bulpan exchange convenience, Bulpan expense bamboo value, and food cleanliness, depending on using various Bulpan such as bamboo, regular and so on. According to use confrontation specimen t-test, the result shows that satisfaction show higher on using bamboo Bulpan in food quality attribution.

Research task 3 analyzes how type of Bulpan which is defined by changed attribution affect on general satisfaction about Bulpan. The result show as follow : first, in case of Bamboo Bulpan, small of food, visual aspect of food , and texture of food are highly affected on satisfaction. second , in case of regular Bulpan, small of food, speed of bending of the meet, and cleanliness are highly affected on satisfaction.