

제주방문 중국관광객의 음식서비스 품질 인식

A study on food service quality perception of Chinese tourists to Jeju island

李永蘭* · 陸雲** · 趙文秀***

Lee, Young-Ran · Lu, Yun · Cho, Moon-Soo

ABSTRACT

This study was aimed to analyze the preception of importance and performance of the food service quality among Chinese tourists to Jeju island and to discuss the ways of improving the food service quality. To accomplish this purpose, first, a critical review of literatures related to Chinese food culture and food service quality was conducted. Then, data were conveniently collected from 344 Chinese travelers in the Jeju International Airport from December 2010 to January 2011. Results of IPA analysis showed that 7 items were distributed on the keep up the good work quadrant(I). Those were 'cleanness of restaurant', 'kindness of employee', 'healthy food', 'freshness of materials', 'good for diet', 'congestion of restaurant' and 'comfortable seat'. In the concentrate here quadrant(II), 'Chinese menu explanation', 'variety of menu', 'communication with employees', 'taste of food', 'serving hot water or tea', 'authenticity of food' were distributed. This study concludes with managerial implication and suggestion to maximize Chinese tourists satisfaction on food service.

핵심용어(Key words) : 중국관광객(Chinese tourist),
음식서비스 품질(Food service quality),
중요도-만족도(IPA: Importance-performance analysis)

* 제주대학교 관광경영학과 강사. e-mail: ran0106@chollian.net

** 제주대학교 관광경영학과 박사과정. e-mail: luping0301@hotmail.com

*** 제주대학교 관광경영학과 교수, 교신저자. e-mail: chomns@jejunu.ac.kr

I. 서 론

세계관광시장은 2009년 -4.3%, 2010년 -9.6%의 마이너스 성장을 기록하며 침체국면을 맞고 있으며 우리나라 또한 관광수지(2009년-1,258백만\$, 2010년 -3,507백만\$)적자를 면치 못하였다(한국관광공사, 2011). 이러한 관광적자를 해소하고 관광경쟁력을 제고하기 위해서는 최근 급증하고 있는 중국관광객의 욕구를 파악하여 이들을 목표시장으로 하는 마케팅 활동을 수행하여야 한다. 최근 우리나라는 환율효과와 외부 환경의 변화 등에 힘입어 9년 만에 관광수지 흑자전환을 도모하였으나 최종 집계결과 관광수지는 적자를 기록하였다(문화체육관광부, 2011). 방한 외래 관광객 수는 2010년 방한 외래 관광객이 880만 명으로 전년 대비 12.5% 증가하여 전년에 이어 두 자리 수 증가를 기록하였다.

2010년 우리나라 전체의 외래 관광객 구성비율은 일본관광객이 34.1%, 중국관광객이 21.4%(문화체육관광부, 2011)로 일본관광객이 우위를 보이고 있으나 성장률을 살펴보면 일본이 -1%의 성장률을 보인 반면에 중국은 39.7%의 성장률을 보여줌으로서 중국관광객의 지속적인 성장잠재력에 주목하여야 할 것이다. 제주특별자치도의 경우는 외래 관광객이 2010년 77.7만 명으로 전년 대비 22.9% 증가하였으며(제주관광공사, 2011), 구성비는 중국관광객이 40.9%, 일본관광객이 29.0%로 중국관광객이 가장 높은 비중을 나타내 중국 관광 시장에 대한 중요성이 더욱 강조되고 있다(제주관광협회, 2010). 그러므로 지속적으로 성장하고 있는 중국 관광 시장에 대한 심도 있는 연구를 통해 중국관광객의 만족을 증대시키고 방문객수를 늘리기 위한 전략이 요구되고 있다.

‘관광산업’에서 음식의 역할은 관광객이 관광활동 중 섭취해야 하는 필수품으로의 인식부터 ‘음식자체가 관광의 동기나 목적이 되는 음식관광(food tourism)이나 식도락 관광(gastronomic tourism)까지 그 역할이 다양하며 관광지의 매력을 증대시키고 이미지를 강화시키는 주요한 문화관광 상품이다(Hu & Ritchie, 1993; Jenkins, 1999; Hall & Mitchell, 2005). 관광중 음식서비스에 대한 만족이나 불만족은 전체 관광 만족도에 영향을 미치는 중요한 요소(Nield, Kozak & LeGrys, 2000)인데 2010년 제주 방문 중국관광객들은 불만족 사항 1위가 ‘음식’이라고 대답하였다(제주관광공사, 2010).

음식 불만족의 해소는 중국관광객 300만 시대를 맞아 13억 중국인을 목표시장으로 마케팅활동을 펼치는 제주특별자치도가 우선적으로 해결하여야 하는 선결과제이다. 관광상품으로서 음식서비스 품질에 대한 중요도-만족도 분석은 현재 중국

관광객을 고객으로 음식점을 운영하고 있는 경영자들이 현장에서 활용가능한 관리 방안을 도출해 내는데 유용한 방법이라고 사료된다.

II. 이론적 고찰

1. 중국 식문화와 중국관광객의 특성

중국인들은 음식에 대한 관심이 높고 식의동원(食醫同源) 약식일여(藥食一如) 사상에 의하여 음식을 섭취하는 목적이 단순한 맛을 넘어서 건강과 장수에 초점을 맞추고 있으며 중국인들의 세계관인 중용과 음양오행을 음식에 있어서도 중시하며 오미(五味)의 조화를 중시한다(조현정, 2009). 또한 중국음식은 56개의 다양한 민족의 경험과 지식이 축적된 산물로서 광범위한 식재료를 활용하여 메뉴가 매우 다양하다. 식문화는 공간전개형인 한식문화와 달리 코스로 진행되는 시간전개형의 식문화를 가지고 있고, 식사 중에 차(茶)를 즐기며 익혀먹는 숙식(熟食)이 기본이다(황규선 외, 2009).

중국은 세계 제1의 인구대국이며 전 세계의 1/5을 차지하고 있는 국토 면적 등으로 세계의 시장으로서 그 잠재력에 주목받고 있으며, 1995년부터 주 5일 근무제를 채택하여 여가시간 증대와 더불어 눈부신 경제발전으로 소득이 늘고 중산층이 두터워지면서 기본적인 의식주 문제를 해결하는 '윈바오(溫飽)'시대에서 더 나은 생활환경과 삶의 질 등을 추구하는 '샤오강(小康)'시대로 소비 경향이 눈에 띄게 달라지고 있으며(정기은, 2010), 현재 평균 9% 이상의 안정적인 높은 경제성장률, 중국정부의 개방적인 해외 관광정책, 북경올림픽, 상해엑스포, 광주아시아안 게임 등의 국제적인 대형 이벤트의 성공적인 개최에 따른 자신감 및 시민들의 삶의 질 향상에 따른 여가수요 증가 등 여가와 관광에 대한 중국인의 인식에 많은 변화가 일어났다(하경희, 2008).

중국은 세계 중심시장으로 성장할 가능성이 많은데 첫째, 주요국 국내총생산(GDP)대비 민간 소비 비중이 37%정도로서 미국(71%), 영국(67%), 일본(55%), 한국(48%)에 비해 낮고, 둘째, 명목가계소비 성장률이 지난 10년간 평균 10%를 유지하고 있으며 셋째, 개혁 개방이후의 고도 성장기에 성장한 '80後', '90後' 소확제 세대들이 소비문화의 주역으로 등장하기 시작한 점이다(조선일보, 2010). 그러나 우리는 '지리적 근접성'이라는 상대적 우위에도 불구하고 중국관광

시장에 대한 정보와 체계적인 연구의 부족으로 방한 중국관광객들의 불만족 요소 파악에 어려움을 겪고 있다(정기은, 2010). 중국인의 실질적인 관광목적의 해외 여행은 10여년의 짧은 역사를 가지고 있고 중국인의 휴가 제도상 국정 공휴일 내에서만 해외여행을 할 수 있어 이동시간에 제약을 받으며 아울러 처음 해외여행에서 갑자기 낯선 문화를 접촉하기 보다는 동양 문화권을 우선적으로 선택하는 경향을 보이고 있다(박정하, 2010). 국내 관광산업의 경우 중국관광객의 주요 목적지로서의 지위를 유지하는 것은 매우 중요하다. 향후 중국인들의 소득이 더 높아지고 여행경험이 축적되고 관광동기가 변화하게 된다면 지금 한국이 가지고 있는 매력적 지위와 경쟁우위가 계속 유지된다는 보장은 없을 것이다.

제주지역의 경우 중국관광객 수는 2005년 11.5만 명이던 것이 2009년에는 25.8만 명으로 2배 이상 증가하여 전체 외래 관광객 대비 중국관광객의 비율이 40.9%를 차지함으로써 제주 제1의 해외 관광시장으로 부상하였다(제주관광공사, 2010). 이는 제주특별자치도 무사증 입국 확대와 중국-제주 직항노선의 확대, 기업 인센티브 관광의 활성화, 환율 효과 등에 힘입은 결과이다(제주관광협회, 2010).

2. 음식서비스 선행연구

중국관광객이 인식하는 한국음식과 한식당의 서비스 품질에 관한 연구가 근래에 와서 많이 이루어지고 있는데(유도재·조상희, 2003; 원대영·이행순·이수범, 2006; 유영진·최용석·천희숙, 2009), 이는 중국관광시장의 중요성이 강조되면서 중국관광객의 관광만족을 향상시키기 위한 방안으로서 음식의 중요성이 강조되는 현실적인 문제를 학계에서 반영하는 것이라 할 수 있다. 중국관광객을 대상으로 한 강다원(2003)의 연구는 중국관광객의 외식성향과 서비스 만족에 대해 연구하였으나 중국관광객의 음식서비스 중요도에 대한 연구가 이루어지지 않아 아쉬움을 남겼다. 양성수·정철·육운·조문수(2009)의 연구는 한국음식의 질로 제주방문 중국관광객을 구분하여 세분시장을 파악한 결과 3개의 집단으로 세분화되었으며 가격과 선호요리에 따라 고객만족에 차이가 있음을 고찰하였다. 그러나 음식서비스 품질 전반에 대한 중국관광객의 인식을 파악하는 데는 어려움이 있었다. 2010년 중국인 관광객 실태조사 자료(제주관광공사, 2010)에 의하면 제주의 음식이 맛있었는가라는 질문에 중립이하 부정 응답층이 54.6%이고 긍정 응답이 45.4%(적극 긍정 7.8%)로 나타나 제주 음식에 대한 중국관광객의 인식이 부정적인 측면이 강하다고 보고하였다. 또한 이 보고서는 음식 불만족 집단과 음식 만

족 집단의 전체 관광만족도에 대한 차이검증을 실시한 결과 $p < .001$ 수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다고 보고하였다. 그러나 실태조사의 특성상 구체적 불만 사항이나 중요도에 대한 고찰은 이루어지지 못했다는 아쉬움이 남았다. 선행연구를 정리하여 보면(〈표 1〉 참조), 중국관광객 대상으로 한식에 대한 전반적인 인식이나 한식당에 대한 개괄적인 평가를 중심으로 연구가 이루어지고 있으며 제주지역 관련 중국관광객과 음식서비스에 대한 연구가 부족하다는 것을 확인할 수 있다.

〈표 1〉 한국 음식서비스 관련 선행 연구

연구자	대상	연구내용
유도재·조상희(2003)	방한 중국관광객	중국관광객의 한식당 이용행태 파악. 위생적인 서비스, 전문적인 서비스, 메뉴의 전문성, 청결 상태 등에서 불만족 보임
강다원(2003)	제주방문 중국관광객	메뉴다양성에 대한 만족도가 서비스품질, 응대태도, 위생수준에 비해 낮게 나타남. 중국관광객을 위한 메뉴 개발의 필요성 제기
원대영·이행순·이수범(2006)	방한 중국관광객	중국관광객의 한국음식 및 서비스 기대 불일치가 만족에 미치는 영향 고찰. 음식 맛에 관계되는 요인들에 높은 중요성 인식
조문수·고승익·오상운(2007)	한식당 이용 국적별 비교	한식당 이용 한국인과 외국인의 한식 중요도와 만족도 비교함. 외국인이 한국인보다 한식에 대한 높은 만족도 보임
강릉연·송창식(2008)	중국 동북지역 식당 이용고객	중국 외식시장 레스토랑 서비스 품질의 결정 요소를 도출하고 서비스 품질 성과가 고객행동에 미치는 영향을 고찰
유영진·최용석·천희숙(2009)	방한 중국관광객	한국음식에 대한 중국관광객의 방문 전후에 따른 고객만족에 미치는 영향 고찰. 중국에서의 외식횟수가 많을수록, 한국방문 횟수가 증가 할수록 서비스 기대수준에 부정적인 영향
김기진·유희·김동진(2009)	중국 심양의 한식당 이용 중국인	중국 고객의 한식 레스토랑 선택속성 연구에서 중국인들은 음식의 맛, 질과 같은 속성들을 매우 중요시 함. 만족도도 높게 나타나 한식 레스토랑의 강점으로 부각됨
유지윤·서용석(2009)	중, 미, 일 방한관광객	방한 관광객의 음식서비스품질, 관여도가 만족도와 재방문의도에 미치는 영향 고찰. 비교 문화적 차원에서 언어권별 서비스 품질 차이 분석
서선희·류경미(2009)	중국 상해의 한식당 이용 고객	중국 현지인의 한식에 대한 인식, 한식 레스토랑의 선택속성 중요도와 만족도, 행동의도를 파악. 한식에 친숙하게 하기위해 문화적 접근 필요성 강조
임현정(2010)	방한 중국, 일본, 대만 관광객	한식당의 지각된 서비스 품질 중 '외식의 가치 및 품질'과 '직원의 서비스 능력'이 국가별로 유의미한 차이를 보임. 서비스 품질 요인이 만족도와 재방문의도에 영향을 미침
연나미·이상현·윤유식(2010)	방한 일본 관광객과 중국 관광객의 비교	한국 음식 인지도와 태도 비교. 한류 이미지로 음식을 연상함. 중국관광객의 한식당 권유의사에 영향을 미치는 요인은 건강과 가격, 고급스러움과 편리성

*연구자 재작성

III. 연구방법

본 연구는 제주를 방문하는 중국 관광객을 모집단으로 하였다. 제주 국제공항 출발 대기실에서 제주를 관광하고 본국으로 돌아가고자 하는 중국관광객들을 대상으로 비확률 표본 추출방법의 하나인 편의표본 추출방법으로 조사하였다. 조사는 2010년 12월 20일부터 2011년 1월 10일까지 21일 동안 실시하였다.

총 350매의 설문지가 배포되어 345매가 회수(회수율 98.5%)되고 이중 응답이 불성실한 1매의 설문지를 제외한 344매가 분석에 이용되었다. 저자 중 1명인 중국유학생이 직접 중국행 항공기 출발대기실에서 설문조사를 실시함으로써 높은 회수율을 얻을 수 있었다.

제주 방문 중국관광객을 대상으로 설문조사가 이루어질 것을 감안하여 한국어 설문지를 중국인 유학생이 중국어로 번역한 후 다시 한국어와 중국어를 사용하는 조선족에게 재번역하는 교차 번역 과정을 통하여 번역의 정확성을 확인하였다. 음식서비스에 대한 중요도와 만족도는 리커트식 5점 척도(5-point Likert-type scale)로 각각 24문항씩 구성되었고, 관광형태에 관한 측정항목들은 명목척도와 개괄식 문항으로 구성하였다.

설문지 내용 중 음식서비스는 제주방문 중국관광객이 관광 중 섭취한 음식의 질과 식당의 분위기, 종사원의 인적 서비스 품질을 포함한 서비스 전체를 말하며, 측정변수는 선행 연구를 참고로 하여 <표 2>와 같이 선정하였다. 기존의 한식 서비스 품질연구에서 사용하던 변수를 사용하였고 관광분야 현업에서 근무하고 있는 실무자들과의 인터뷰를 통해 도출된 내용인 다양한 주류 판매 문제와 식사시 중국인의 입식생활방식으로 인한 한식당의 좌식 식사방식에 대한 문제점을 도출하여 반영하였으며, 중국과 한국의 식문화 차이에 대한 이론적 고찰을 통하여 더운 물이나 차의 제공, 음식의 온도 항목을 추가하여 구성하였다.

회수된 설문지는 SPSS Windows 12.0을 이용하여 빈도분석이 이루어졌으며, 중요도와 만족도의 차이를 알아보기 위하여 대응일치 차이분석(paired t-test)을 실시하였고, 중요도-만족도 분석(IPA)을 실시하였다.

〈표 2〉 측정 변수의 선정

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
1 식당의 청결	○	○	○	○	○		○	○
2 종업원의 친절	○	○	○	○	○		○	○
3 건강에 기여					○	○		
4 의사소통			○					
5 음식의 식재료			○		○	○		○
6 중국어 메뉴 설명			○		○			
7 음식의 맛	○	○	○	○	○	○	○	○
8 색다른 요리					○			
9 체중조절에 도움					○	○		
10 메뉴의 다양성	○		○	○	○		○	○
11 식당의 혼잡도							○	
12 좌식의 편안함		○						
13 더운물, 차제공					○			
14 음식의 향		○			○	○		
15 음식의 가격	○	○	○	○	○	○	○	
16 음식의 조리법						○		
17 음식 제공 시간	○	○	○		○			
18 음식의 색깔		○			○			
19 음식의 온도		○						
20 밑반찬 제공	○							
21 음식의 양	○	○		○	○			○
22 음식 장식과 식기		○	○	○	○		○	
23 후식 제공					○			
24 다양한 주류 판매								

주: ① 박유라(2001) ② 원대영 외(2006) ③ 유지윤 외(2009) ④ 강릉연 외(2008)
 ⑤ 서선희 외(2009) ⑥ 김기진 외(2009) ⑦ 연나미 외(2010) ⑧ 임현정(2010)

IV. 분석결과

1. 표본의 인구 통계적 특성 및 방문 행태

표본의 인구통계학적 특성 및 방문특성을 살펴보면 〈표 3〉과 같이 성별에서는 남성 187명, 여성 157명으로 남성의 비율이 조금 높게 나타났으며 연령은 30대가 가장 많았고 소득은 월 5,000위엔 이상(39.8%), 학력에서는 대학 졸업이나 재학의 학력(69.2%)을 가진 표본이 가장 많게 나타났다.

〈표 3〉 표본의 인구 통계적 특성 및 방문 형태

구분		빈도	비율	구분		빈도	비율
성별	남성	187	54.4	북경시	58	16.9	
	여성	157	45.6	료닝성	54	15.7	
연령	20대	7	2.0	절강성	42	12.2	
	30대	151	43.9	길림성	37	10.8	
	40대	77	22.4	흑룡강성	31	9.0	
	50대	73	21.2	상해시	26	7.6	
	60대이상	36	10.5	강서성	23	6.7	
	미혼	119	34.6	강소성	14	4.1	
결혼	기혼	221	64.2	안휘성	9	2.6	거주지
	기타	4	1.2	하북성	9	2.6	
	1,000 위엔 미만	17	4.9	광둥성	7	2.0	
월 평균 소득	1,000-2,000위엔	28	8.1	산둥성	7	2.0	
	2,000-3,000위엔	69	20.1	신강자치구	5	2.0	
	3,000-4,000위엔	48	14.0	산서성	4	1.5	
	4,000-5,000위엔	45	13.1	하남성	4	1.2	
	5,000위엔 이상	137	39.8	천진시	3	1.2	
학력	고졸 이하	40	11.6	호남성	2	0.9	
	대학 재학/졸	238	69.2	호북성	2	0.6	
	대학원 이상	44	12.8	기타	7	2.0	
	기타	22	6.4	1회	242	70.3	한국 방문 횟수
공무원/군인	61	17.7	2회	36	10.5		
기업인/경영직	84	24.4	3회	21	6.1		
직업	사무기술직	66	19.2	4회 이상	45	13.1	
	판매서비스	46	13.4	1회	270	78.5	제주 방문 횟수
	전문직	12	3.5	2회	30	8.7	
	생산기능노무직	4	1.2	3회	11	3.2	
	자영업자	31	9.0	4회 이상	33	9.6	
	학생	22	6.4	1박2일	19	5.5	체재 기간
	주부	6	1.7	2박3일	73	21.2	
	은퇴자	10	2.9	3박4일	114	33.1	
	기타	2	0.6	4박5일	101	29.4	
	관광/여가/휴가	272	79.1	5박6일	16	4.7	
관광 목적	사업/전문활동	61	17.7	6박 이상	21	6.1	
	친구/친지방문	7	2.0	호텔	310	90.1	
	기타	4	1.2	친척/지인집	6	1.7	숙박
관광 형태	개별관광	74	21.5	유스호스텔/ 펜션/여관	8	2.3	
관광 경로	단체관광	270	78.5	직접방문	276	80.2	
	경유방문	68	19.8	기타	20	5.8	

제주방문은 처음 방문(78.5%)이 가장 많았으며 거주지에서는 북경시(16.9%)가 가장 많았고 중국의 25개 성(省)에 걸쳐서 다양하게 분포되었는데 기타에 응답

한 거주지로는 광서장족자치구, 중경시, 사천성, 운남성이 있다. 관광 형태는 단체 관광이 더 많았고 방문 경로에서는 다른 관광목적지를 경유하지 않고 직접 제주를 방문한 직접방문(80.2%)이 더 많게 나타났다. 경유 방문에서 경유지로는 서울, 부산, 청주, 도쿄 등이 있는 것으로 조사되었다.

〈표 4〉는 이번 제주관광에서 먹어 본 메뉴를 복수응답이 가능하도록 질문한 결과를 제시하였다. 344명이 총 2,229건의 응답을 하였다. 이를 바탕으로 분석해 본 결과 돼지고기 구이가 237명, 불고기 236명, 삼계탕 221명의 순으로 나타났다. 결과를 보면 보편적인 한식 메뉴가 많은 응답을 보였으며 제주 향토음식은 상대적으로 적게 경험한 것으로 나타났다.

〈표 4〉 이번 제주 여행에서 먹은 한식메뉴

순위	메뉴	빈도(명)	비율(%)	순위	메뉴	빈도(명)	비율(%)
1	돼지구이(오겹살 등)	237	68.9	11	갈비	81	23.5
2	불고기	236	68.6	12	오분자기(전복)술밥	80	23.3
3	삼계탕	221	64.2	13	생선조림(갈치,고등어 등)	76	22.1
4	비빔밥	207	60.2	14	고기국수	50	14.5
5	한정식(찌개백반)	182	52.9	15	갈치국	49	14.2
6	전복죽	173	50.3	16	물회	38	11.0
7	샤브샤브	172	50.0	17	평양리	25	7.3
8	해물뚝배기	144	41.9	18	말고기	18	5.2
9	생선회	118	34.3	19	옥돔구이	13	3.8
10	분식(칼국수,수제비)	109	31.7				
합계: 344명/응답건수 2,229건							

2. 음식 및 서비스 품질에 대한 기술통계 및 차이 분석

〈표 5〉는 중요도-만족도의 차이가 통계적으로 유의한지 분석해 본 결과이다. 기술통계 결과 품질에 대한 중요도 인식에서는 식당의 청결(4.58)과 종업원의 친절(4.48)이 1, 2위로 조사되었으며 건강에 기여(4.44), 종업원과의 의사소통(4.30), 음식의 식재료(4.25), 중국어 메뉴 설명(4.25) 등이 높은 평균값을 나타내었다.

만족도의 경우에는 종업원의 친절(4.21), 식당의 청결(4.18), 음식 제공시간

(4.01), 건강에 기여(4.01), 다양한 밑반찬 제공(4.00)순으로 평균값이 높게 나타났다. 분석결과를 전반적으로 살펴보면 중요도 평균보다 만족도 평균이 낮게 나타나 유의한 대부분의 대응차가 양수(+)값을 보이는 것을 알 수 있다. 중요도와 만족도의 차이가 큰 부분을 중심으로 만족도를 높이기 위한 방안을 마련해야 할 필요가 있다. 특히 중국어 메뉴 설명(1.21), 메뉴의 다양성(0.92), 의사소통(0.77)등은 대응차가 크게 나타나 중국 관광객의 음식 만족도를 높이기 위하여 시급히 개선하여야 할 항목이다.

〈표 5〉 중국관광객의 중요도와 만족도에 대한 기술통계와 차이 분석

구분	중요도(X)		만족도(Y)		대응차 (X-Y)	t	p	
	평균	순위	평균	순위				
1	식당의 청결	4.58	1	4.18	2	0.40	7.332	.000***
2	종업원의 친절	4.48	2	4.21	1	0.27	4.525	.000***
3	건강에 기여	4.44	3	4.01	3	0.43	6.699	.000***
4	의사소통	4.30	4	3.53	15	0.77	9.395	.000***
5	음식의 식재료	4.25	5	3.71	11	0.54	7.586	.000***
6	중국어 메뉴 설명	4.25	5	3.04	23	1.21	14.486	.000***
7	음식의 맛	4.24	7	3.51	16	0.73	9.645	.000***
8	색다른 요리	4.21	8	3.64	13	0.57	8.687	.000***
9	체중조절에 도움	4.12	9	3.85	8	0.27	3.993	.000***
10	메뉴의 다양성	4.10	10	3.18	22	0.92	11.704	.000***
11	식당의 혼잡도	4.07	11	3.91	7	0.16	2.524	.012*
12	좌석의 편안함	4.06	12	3.99	6	0.07	1.122	.263
13	더운물, 차 제공	4.03	13	3.51	16	0.52	6.381	.000***
14	음식의 향	3.94	14	3.35	20	0.59	7.827	.000***
15	음식의 가격	3.92	15	3.47	18	0.45	5.879	.000**
16	음식의 조리법	3.91	16	3.42	19	0.49	6.548	.000***
17	음식 제공 시간	3.89	17	4.01	3	-0.12	-1.725	.085
18	음식의 색깔	3.88	18	3.57	14	0.31	4.356	.000***
19	음식의 온도	3.79	19	3.74	10	0.05	0.741	.459
20	다양한 밑반찬 제공	3.78	20	4.00	5	-0.22	-3.395	.001**
21	음식의 양	3.73	21	3.78	9	-0.05	-0.686	.493
22	음식 장식과 식기	3.69	22	3.69	12	0.00	-0.042	.966
23	후식 제공	3.43	23	2.98	24	0.45	5.196	.000***
24	다양한 주류 판매	3.42	24	3.28	21	0.14	1.758	.080

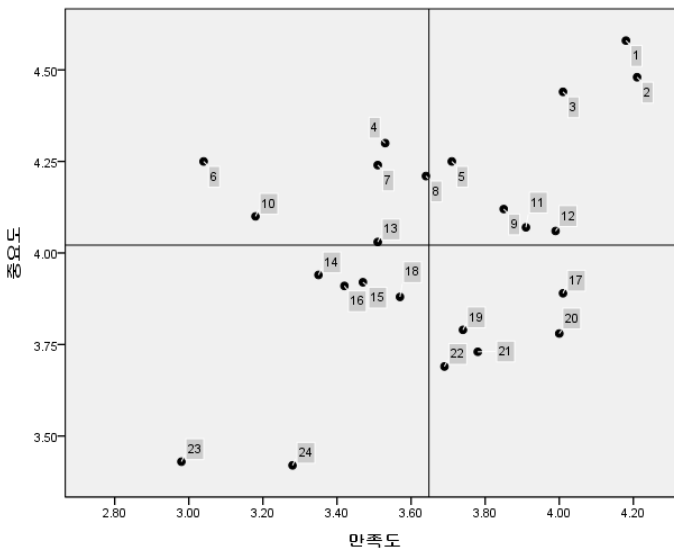
* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

3. 음식서비스 품질에 대한 IPA

IPA에서는 중심점을 설정하는 것이 매우 중요한데 선행 연구자들이 제안하는

방법은 중앙값을 이용하는 방법, 표준편차에 의한 계산, 평가속성의 평균값의 최대값과 최소값의 중앙값을 이용하는 방법, 스피어만 순위상관계수의 이용 등으로 구분된다(Duke & Persia, 1996; Hudson & Shephard, 1998). 이러한 4가지 방법은 각각 장·단점이 있으므로 각 항목의 분포를 고려하여 연구자가 정하는 것이 바람직하다.

본 연구에서는 <그림 1>을 보면 I-P의 교차점으로 중요도와 만족도의 평균값을 도출하여 X축(3.65), Y축(4.02)으로 설정하였다.



<그림 1> 음식 및 서비스 품질에 대한 IPA 매트릭스

<표 6> 음식 및 서비스 품질 IPA 결과

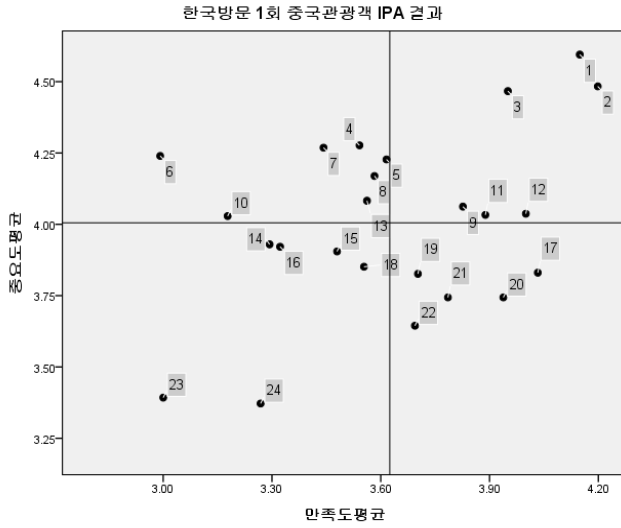
제2사분면(집중적 노력 지향)	제1사분면(높은 만족도 지속 유지)
4)종업원과의 의사소통, 6)중국어 메뉴설명, 7)음식의 맛, 8)색다른 요리, 10)메뉴의 다양성, 13)더운물, 차 제공,	1)식당의 청결, 2)종업원의 친절, 3)건강에 기여, 5)음식의 식재료, 9)체중조절에 도움, 11)식당의 혼잡도, 12)좌석의 편안함 *
제3사분면(낮은 우선순위)	제4사분면(과잉 노력 지향)
14)음식의 향, 15)음식의 가격, 16)음식의 조리법, 18)음식의 색깔, 23)후식제공, 24)다양한 주류 판매 *,	17)음식제공시간 *, 20)다양한 밑반찬 제공, 19)음식의 온도 *, 21)음식의 양*, 22)음식 장식과 식기

* 대응표본 차이검증에서 유의한 차이가 나타나지 않았던 항목

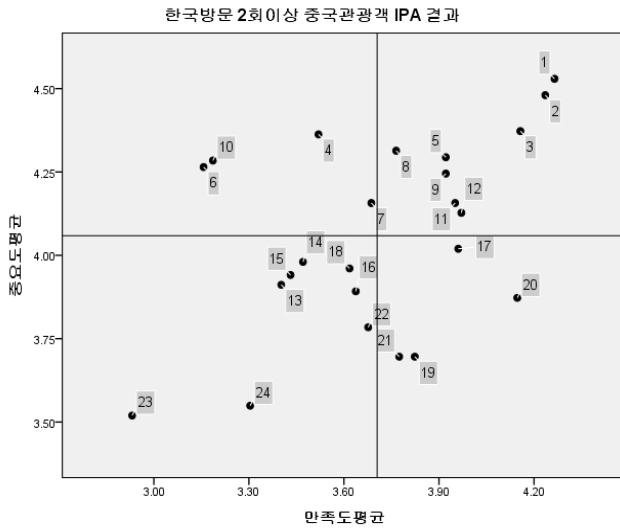
IPA에서 제1사분면은 평가 결과 중요도와 만족도가 모두 높은 항목이 위치하는데 ‘식당의 청결’과 ‘종업원의 친절’ 등은 서비스품질에서 중요한 부분을 차지하는 핵심요소로 지속적으로 유지되어야 할 것이다. 아울러 ‘건강에 기여’, ‘음식의 식재료’, ‘체중조절에 도움’ 등은 제주의 청정이미지와 제주 음식의 건강성을 부각시키기 위하여 지속적으로 유지되어야 하며 ‘좌석의 편안함’ 속성은 한국의 좌식 문화를 불편해하는 중국인들을 위하여 음식점 경영자들이 식사 공간을 입식으로 개선하면서 만족도가 높게 나타난 것으로 계속 유지되어야 할 항목이다. 제2사분면은 평가자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 만족도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성이다. 제2사분면은 IPA의 핵심영역이라고 할 수 있는데 ‘중국어 메뉴설명’, ‘메뉴의 다양성’, ‘종업원과의 의사소통’ 등은 해당 음식점 경영자의 개별적 노력과 함께 관련 부처나 자치도 차원에서 지원과 체계적인 교육이 이루어져야 하는 항목으로 판단된다. 반면 ‘음식의 맛’ 향상이나 ‘더운물과 차 제공’ 등은 중국관광객 대상 음식점 자체에서 해결할 수 있는 항목들이라고 판단된다.

제3사분면은 중요하게 인식되지도 않고 만족도도 낮은 항목으로서 관리 우선순위가 낮은 상태의 속성들이다. ‘음식의 색깔’, ‘음식의 가격’, ‘음식의 조리법’, ‘후식 제공’ 등인데 이 중 ‘음식 가격’ 항목은 조사 대상자의 78%가 단체 관광객으로서 이들은 자신들의 식사비를 직접 지불하지 않으므로 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타난 것으로 판단된다. 즉 단체 관광객의 경우 낮은 음식 가격은 음식의 전반적인 질을 떨어뜨리는 결과를 가져오므로 이에 대한 세심한 고찰이 필요하다고 할 수 있겠다.

제4사분면은 평가자들이 중요하게 생각하고 있지 않는 평가 속성에 대한 만족도가 과잉되게 나타난 상태이므로, 실제 경영자는 과도하게 자원이 낭비되고 있는 것은 아닌지 점검해 보아야 한다. 제4사분면은 과잉의 투자를 자제하고 자원의 효율적인 배분을 해야 하는 영역이다. ‘음식 제공시간’이나 ‘음식의 온도’ 등은 차이검증 결과 유의한 차이가 나타나지 않았다. 단체 관광객의 경우 식사가 사전 예약제로 운영되는 점이 주요한 원인으로 파악된다. 그러나 ‘다양한 밑반찬 제공’ 항목은 중국과 한국의 식문화 차이에서 기인하는 것으로 중국 식문화는 주식과 부식이 따로 구분되지 않고 요리 중심으로 이루어지는 반면에 한식은 주식과 반찬의 구별이 있기 때문에 한식의 장점으로 인식시킬 수 있는 요소이다.



〈그림 2〉 한국방문 1회 중국관광객의 IPA 결과



〈그림 3〉 한국방문 2회 이상 중국관광객의 IPA결과

〈표 7〉 한국방문 횟수에 따른 IPA 결과

구분	한국방문 1회 집단	한국방문 2회 이상 집단
제1사분면 (높은 만족도 지속 유지)	1)식당의 청결, 2)종업원의 친절, 3)건강에 기여, 9)체중조절에 도움, 11)식당의 혼잡도, 12)좌석의 편안함	1)식당의 청결, 2)종업원의 친절, 3)건 강에 기여, 5)음식의 식재료, 8)색다른 요리, 9)체중조절에 도움, 11)식당의 혼잡도, 12)좌석의 편안함
제2사분면 (집중적 노력 지향)	4)종업원과의 의사소통, 5)음식의 식재료, 6)중국어 메뉴설명, 7)음식의 맛, 8)색다른 요리, 10)메뉴의 다양성, 13) 더운물, 차 제공	4)종업원과의 의사소통, 6)중국어 메뉴 설명, 7)음식의 맛, 10) 메뉴의 다양성
제3사분면 (낮은 우선순위)	14)음식의 향, 15)음식의 가격, 16)음 식의 조리법, 18)음식의 색깔, 23) 후식 제공, 24)다양한 주류 판매	13)더운 물, 차 제공, 14)음식의 향, 15)음식의 가격, 16)음식의 조리법, 18)음식의 색깔, 22)음식 장식과 식기, 23)후식제공, 24)다양한 주류판매
제4사분면 (과잉노력 지양)	17) 음식 제공시간, 19)음식의 온도, 20)다양한 밑반찬 제공, 21)음식의 양, 22) 음식 장식과 식기	17)음식 제공시간, 19)음식의 온도, 20)다양한 밑반찬 제공, 21)음식의 양

차후 한식과 한국 문화에 대한 이해가 깊어질수록 중요도가 높아질 항목이라고 판단되어 강점으로 부각시킬 수 있는 요소라고 판단되며 한국음식이 조출하다(정기은, 2010)고 인식되는 부분에 대해 보완의 항목으로 활용할 수 있을 것이다. '음식 장식과 식기'에 대한 낮은 중요도는 하드웨어적인 부분에 낮은 중요도를 보였던 원대영 등(2006)과 김기진 등(2009)의 선행연구의 결과와도 일치하는 항목이다. 이러한 부분에 투입된 노력을 다른 속성에 투입하는 것이 좋을 것이다.

중국관광객의 한식에 대한 음식서비스 품질 인식이 한국방문 횟수에 따라 어떻게 바뀌는지 고찰하기 위해 추가적인 IPA분석을 실시하였다. <그림 2>와 <그림 3>에 나타난 결과를 제2사분면을 중심으로 살펴보면 한국방문이 1회인 집단에서 제2사분면에 위치하였던 '색다른 요리', '음식의 식재료', '더운물, 차 제공'의 변수는 2회 이상 방문 중국관광객 집단에서는 제1사분면으로 옮겨가 나타나는 것으로 보아 방문횟수가 많아지면 한식문화를 더 이해하여 이에 대한 만족도가 높아진다고 해석 할 수 있겠다. 한국 방문횟수와 상관없이 두 집단 모두 '의사소통'이나 '중국어 메뉴설명', '메뉴의 다양성', '음식의 맛'에서는 만족도가 낮게 나타났다. 그러나 '음식의 맛' 변수의 경우 한국방문 2회 이상 집단에서 제1사분면에 가까운 쪽으로 이동하여 나타나고 있어, 차후 '음식의 맛'에 대한 만족도와 방문횟수의 관계 규명을 위한 추가적인 연구가 필요할 것으로 사료된다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 제주방문 중국관광객의 음식서비스 품질인식을 측정하기 위하여 이론적 고찰과 선행연구 고찰을 실시하여 중국인 음식서비스 품질측정 변수를 실증적으로 검증하였는데 그 의의가 있다. 중국 관광객을 포함한 외래 관광객의 음식서비스에 대한 만족도를 높이기 위해서는 비교 문화적인 측면에서 그 문화권 소비자의 중요도를 파악하는 것이 선결과제라고 생각한다. 이런 맥락에서 본 연구는 제주 방문 중국관광객의 음식서비스에 대한 인식의 중요도와 만족도를 측정하기 위해 '더운 물, 차의 제공', '중국어 메뉴설명', 입식과 좌식 식사방식에서 오는 '좌석의 편안함' 등을 포함한 24개의 변수를 사용하였다. 향후 중국인을 대상으로 한 한식서비스 품질 측정에는 이러한 변수들이 포함되어야 한다고 사료된다.

연구 결과를 요약해보면 첫 번째, 중국관광객들이 제주 관광 중 가장 많이 섭취한 음식은 돼지고기구이, 불고기, 삼계탕 순으로 나타났으며 따뜻한 음식과 돼지고기를 좋아하는 중국인의 기호에 부합하는 적절한 메뉴선정이라고 사료된다. 2009년 한국관광공사 자료와 비교하여 보면 불고기, 삼계탕이 선호음식으로 조사되어 제주에서도 육지부와 마찬가지로 가장 인기 있는 메뉴로 조사되었다. 이중 1위를 차지한 즉석에서 구워먹는 돼지고기구이(삼겹살, 오겹살, 목살 등)는 중국에는 없는 식사법으로 돼지고기를 선호하는 중국관광객이 선호하는 메뉴이다. 이외에도 제주에서만 맛볼 수 있는 향토음식인 해물뚝배기나 오분자기돌솥밥, 고기국수, 갈치국 등도 관광객을 위한 메뉴로 제공되고 있으나 일반 한식메뉴에 비해서 섭취빈도는 낮은 것으로 조사되었다. 제주만의 독특하고 고유성 있는 관광 상품을 구성하기 위해서는 향토음식 메뉴의 개발과 보급이 필요하다고 사료된다.

두 번째, 음식 및 서비스 품질에 대한 대응일치 차이분석 결과는 전반적으로 중요도 평균보다 만족도 평균이 낮게 나타나 부정적 갭(gap)이 발생하고 있음을 알 수 있다. 해당 항목에 대한 품질 향상을 도모하여 만족도를 높일 수 있도록 노력하여야 할 것이다. 분석 결과도 대부분의 항목에서 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이를 보여주었다. '음식의 양', '음식의 온도', '음식 장식과 식기', '음식 제공시간'은 유의한 차이를 보이지 않았는데 이는 중요도와 만족도의 차이가 크지 않았다는 의미이다.

세 번째, IPA매트릭스 결과 중 제2사분면은 높은 중요도에도 불구하고 만족도가 낮게 나타나는 항목으로서 IPA분석의 핵심영역이라고 할 수 있다. 이 부분에 대해서는 과감한 자원 배분이나 투자 집중으로 만족도를 높여나가야 할 항목들이다. 이 중 '중국어 메뉴설명' 항목은 각 식당에서 중국관광객의 이해를 돕기 위하여 실제음식의

컬러사진을 포함시켜 고급재질의 메뉴판을 제작하고 내용으로는 중국어로 가격이나 음식이름 이외에도 사용된 식재료와 식사방법, 양념, 구성성분, 요리의 유래나 건강 기능성, 유명인과 관련한 에피소드 등을 자세히 언급하여 한국음식에 대한 이해를 높이는 홍보자료로 이용할 수 있도록 구성하는 것이 좋겠다. 메뉴판 개발에 필요한 경비나 기술적 지원은 책임 있는 관련기관 차원에서 이루어져도 좋을 것이다.

‘중업원과의 의사소통’ 항목은 단기간에 음식점 종사원의 중국어 실력을 높이는 데는 한계가 있을 것으로 판단하여 음식점에서 자주 사용되는 회화의 매뉴얼 소책자를 발행하여 각 테이블에 비치하여 두고 기본적인 의사소통에 도움이 되도록 하는 한편 교육을 통해 중국어 인사와 간단한 회화를 익히도록 하는 것이 필요하겠 다. ‘음식 맛’ 향상과 ‘더운물과 차 제공’은 중국관광객 대상 개별 음식점 차원에서 해결할 수 있는 항목이라고 판단된다. 음식의 맛에서 중국관광객들은 육류 특히 돼지고기를 좋아하고 식문화 측면에서 기름을 사용하여 익힌 요리를 좋아한다. 이 런 특성을 파악하여 식단 구성에 밑반찬으로 잡채나 지짐, 부침 등의 반찬을 추가로 제공하는 것도 고려하여야 할 것이다.

‘색다른 요리’를 기대하는 중국관광객의 높은 중요도에 비해 만족도가 낮게 나타나고 있다. 이러한 중국관광객에게 제주 향토음식 메뉴를 활용하면 중국관광객의 욕구와 관광목적지인 제주지역의 욕구를 동시에 만족시킬 수 있는 전략이 될 것으로 사료된다. 제주 향토음식은 육지부음식과 식재료나 요리법이 달라서 한국인들 사이에서도 색다르게 인식되고 있다. 이러한 방안은 ‘메뉴 다양성’ 부족을 해결하는데도 상당한 기여를 할 것으로 기대된다. 이상과 같이 제주방문 중국관광객이 인식하는 음식서비스에 대한 중요도와 만족도를 비교하여 고찰하였다. 이 연구는 중국관광객에 대한 음식서비스 품질 관리방안을 마련하는데 도움이 되며 중국관광객을 위한 음식서비스 속성을 도출하였다는데서 의의를 가진다.

향후 연구를 위한 제언으로는 첫째, 제주에서 중국관광객 비수기에 해당하는 겨울철에 조사가 진행됨으로서 수용능력이 포화되는 성수기의 결과와는 다른 결과를 보일수도 있기 때문에 향후 추가적인 연구가 이루어져야 할 것이다. 둘째, 중국관광객의 소득수준 항목 설정에 있어 소득을 너무 낮게 책정함으로써 실제적인 소득 수준을 파악하는데 어려움이 있었다. 향후 연구에서는 이에 대한 보완이 필요하리라 사료된다. 셋째, 단체관광객과 개별관광객을 동질 집단으로 간주하여 분석함으로써 관광형태에 따라 나타날 수 있는 결과를 간과하였다는 점이 이 연구의 제한점이며 표본 추출에 있어서 편의표본 추출방식을 이용하였으므로 이 연구의 결과를 전체 중국관광객으로 일반화시키기에는 제한점이 있다.

참고문헌

- 강다원(2003). 제주방문 중국관광객의 외식성향 및 서비스 만족에 관한 연구. 『외식경영연구』, 6(1), 7-26.
- 강릉연·송창석(2008). 중국외식시장의 서비스 품질 측정에 관한 연구. 『사회과학논총』, 11, 83-105.
- 김기진·유흥·김동진(2009). 중국고객의 한식레스토랑 선택속성에 관한 연구: 중국 심양을 중심으로. 『외식경영연구』, 12(1), 245-265.
- 문화체육관광부(2011). 『2010 관광동향에 관한 연차 보고서』.
- 문화체육관광부(2011). 『2010 외래 관광객 실태조사 결과보고서』.
- 박유라(2001). 한식당의 서비스 품질 만족도 분석에 관한 연구. 『외식경영연구』, 4(2), 53-71.
- 박정하(2010). 중국관광시장의 이해와 대응전략. 『2010 제주관광학회동계학술대회』. 제주.
- 서선희·류경미(2009). 중국현지인의 한식에 대한 인식과 한식 레스토랑 만족도 및 재방문의도: 방문경험과 방문빈도 차이를 중심으로. 『한국식생활문화학회지』, 24(2), 126-136.
- 양성수·정철·육운·조문수(2009). 한국음식의 질에 따른 제주방문 중국관광객의 시장세분화. 『관광학연구』, 33(5), 387-408.
- 연나미·이상현·윤유식(2010). 방한 일본, 중국 관광객의 한국음식에 대한 인지도 및 태도 비교연구. 『외식경영연구』, 13(2), 149-168.
- 원대영·이행순·이수범(2006). 중국 관광객의 한국음식 및 서비스 기대 불일치가 만족에 미치는 영향. 『호텔경영학연구』, 15(5), 169-182.
- 유도재·조상희(2003). 중국 관광객을 위한 한식당의 개선방안에 관한 연구. 『관광경영연구』, 18, 79-98.
- 유영진·최용석·천희숙(2009). 한류가 중국관광객의 한식당 방문전 서비스기대와 방문 후 고객만족에 미치는 영향. 『한국식생활문화학회지』, 24(6), 581-587.
- 유지윤·서용석(2009) 방한관광객 음식서비스품질의 인과모형: 중, 미, 일 방한관광객을 중심으로. 『관광·레저연구』, 21(1), 165-182.
- 임현정(2010). 만족도와 행동의도에 영향을 미치는 한식당의 지각된 서비스 품질 요인에 관한 연구: 한국을 방문한 아시아 관광객을 중심으로. 『한국조리학회지』, 16(1), 209-225.
- 정기은(2010). 중국 아웃바운드 시장 변화에 따른 효과적인 중국관광객 유치 전략에 관한 연구. 『중국연구』, 48, 479-503.
- 제주관광공사(2010). 『2010년 여름시즌 중국인 내도 관광객 여행 실태조사』. 보고서

2010. 9월.

- 제주관광공사(2011). 『제주관광시장동향분석보고서』. 보고서(2월).
- 제주관광협회(2010). 『2009 제주 관광동향에 관한 연차 보고서』.
- 조문수 · 고승익 · 오상운(2007). IPA를 활용한 한국음식의 중요도 만족도 분석: 한국인과 외국인 비교를 중심으로. 『관광연구』, 22(1), 265-287.
- 조선일보(2010). '13억명 내수시장 폭발 중국소비자가 세계를 살린다'. 2010.1.30.
- 조현정(2009). 중국음식문화에 대한 이해. 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 하경희(2008). 중국인 관광객 유치 전략에 관한 연구: 한류를 중심으로. 『Tourism Research』, 26(0), 109-128.
- 한국관광공사(2009). 『방한관광시장분석』.
- 한국문화관광연구원(2011). 『관광통계 데이터베이스』. 한국관광수지 2010.
- 황규선 · 한명애 · 강희정 · 한인경 · 김상순 · 박현주 · 최향숙 · 원명숙(2009). 『세계 식문화와 식공간』. 서울: 교문사.
- Duke, C., & Persia, M.(1996). Performance-importance analysis of escorted tour evaluations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(3), 207-223.
- Hall, C. M., & Mitchell, R.(2005). *Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Hu, Y., & Ritchie, J.(1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34.
- Hudson, S., & Shephard, G.(1998). Measuring service quality at tourist destinations: An application of importance-performance analysis to an alpine ski resort. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(3), 61-77.
- Jenkins, O.(1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*, 1(1), 1-15.
- Nield, K., Kozak, M., & LeGrys(2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4), 375-384.

2011년 3월 10일 최초투고논문 접수

2011년 3월 29일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2011년 4월 4일 최종논문 도착

3인 익명심사 畢