



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경 영 학 석 사 학 위 논 문

중국 음식 배달 서비스의 활용실태에
관한 연구



2023년 2월

부경대학교 대학원

국제통상물류학과

JIN ZHIYUAN

경 영 학 석 사 학 위 논 문

중국 음식 배달 서비스의 활용실태에
관한 연구

지도교수 조 찬 혁

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함

2023년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

국 제 통 상 물 류 학 과

JIN ZHIYUAN

JIN ZHIYUAN의 경영학석사 학위논문을
인준함.

2023년 2월 17일



위원장	지리학박사	이정운 (인)
위원	경제학박사	김철수 (인)
위원	경영학박사	조찬혁 (인)

목 차

표목차.....	v
그림목차.....	vii
Abstract.....	viii
I. 서론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적.....	1
제 2 절 연구의 필요성.....	3
제 3 절 연구의 구성.....	4
II. 이론적 배경	5
제 1 절 중국 배달 서비스의 기본구조 및 특성.....	5
1. 음식 배달 서비스의 개념.....	5
2. 음식 배달 서비스의 특성.....	6
제 2 절 중국 음식 배달 서비스의 발전 현황.....	8
1. 중국 음식 배달 서비스의 현황.....	8
제 3 절 메이뽀의 현황 및 배송 방식.....	13
1. 메이뽀의 현황.....	13
2. 메이뽀의 비즈니스 모델.....	15
3. 메이뽀의 배달 방식.....	18
제 4 절 선행연구.....	20
1. 음식 배달 서비스에 관한 선행연구.....	20
2. 메이뽀에 관한 선행연구.....	22

III. 연구모형의 설계 및 연구방법	24
제 1 절 연구모형의 설계	24
제 2 절 연구방법	25
1. 연구대상	25
2. 설문지의 구성	25
3. 연구방법	25
IV. 실증분석	26
제 1 절 표본의 일반적 현황	26
1. 응답자의 일반 특성	26
2. 근로특성	27
3. 음식 배달 서비스 배달 방식 이용 실태	28
4. 음식 배달 서비스 만족 현황	33
제 2 절 실증분석	42
1. T-test 검정	42
2. 일원배치 분산분석	46
V. 결론	48
제 1 절 연구결과	48
제 2 절 연구의 시사점 및 향후 연구방향	50
제 3 절 연구의 한계점	52

참고문헌	53
부록	55
감사의 글	70



<표 목차>

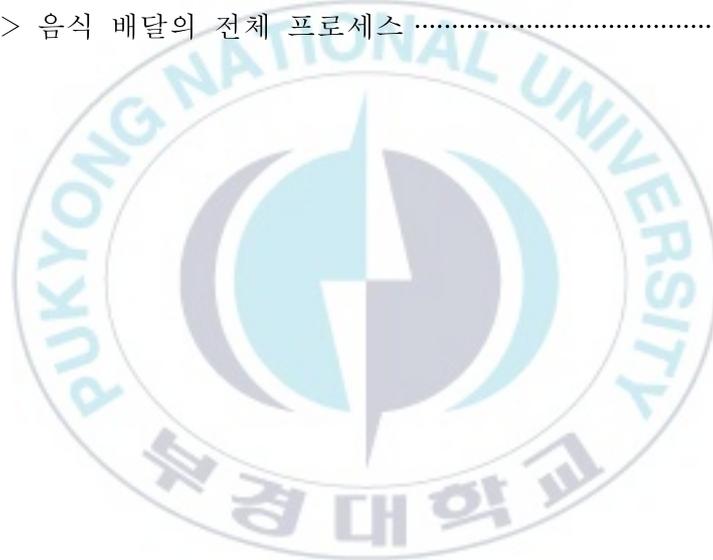
<표 4-1> 응답자의 일반 특성	26
<표 4-2> 응답자의 근로 특성	27
<표 4-3> 배달 방식 이용현황	28
<표 4-4> 메이탄의 배달에 대한 만족 정도	28
<표 4-5> 메이탄의 사용원인	29
<표 4-6> 자체 배달의 사용원인	29
<표 4-7> 메이탄의 수수료 부담정도	30
<표 4-8> 음식의 종류에 의한 배달 방식 선택 여부	30
<표 4-9> 상가의 위치에 따라 배달 방식 선택 여부	30
<표 4-10> 상가의 위치	31
<표 4-11> 상가의 위치에 따른 배달 방식의 선택	32
<표 4-12> 배달 방식의 선택과 만족도 관계 여부	33
<표 4-13> 메이탄 배달에 대한 만족도	34
<표 4-14> 자체 배달에 대한 만족도	36
<표 4-15> 불만족스러운 서비스를 받은 표현	37
<표 4-16> 나쁜 배달 서비스로 인해 받은 불이익	37
<표 4-17> 메이탄에 대해 원하는 개선방안	39
<표 4-18> 메이탄으로 교체할 의향	40
<표 4-19> 메이탄의 수수료 조정 비율	40
<표 4-20> 음식에 종류에 따라 원하는 맞춤 서비스	41
<표 4-21> 메이탄과 자체 배달 사용 비율 통계량	42
<표 4-22> 메이탄과 자체 배달 사용 비율 t검정 결과	42
<표 4-23> 메이탄과 자체 배달 수수료 t검정 결과	43
<표 4-24> 메이탄과 자체 배달 수수료 통계량	43
<표 4-25> 점심과 저녁의 배송 수요 시간 통계량	43
<표 4-26> 점심과 저녁의 배송 수요 시간 t검정 결과	44

<표 4-27> 메이탄과 자체 배달의 만족도 통계량	45
<표 4-28> 메이탄과 자체 배달의 만족도 t검정 결과	45
<표 4-29> 음식의 종류 통계량	46
<표 4-30> 음식의 종류에 따른 메이탄의 사용 비율	46
<표 4-31> 음식의 종류에 따른 메이탄의 사용 비율 로버스트 검정	47
<표 4-32> 메이탄의 사용비율의 Games-Howell 사후검정	47



그림 목 차

<그림 2-1> 중국 음식 배달 서비스의 발전 과정	8
<그림 2-2> 2015-2021년 중국 온라인 배달 이용자 규모	9
<그림 2-3> 2016-2021년 중국 온라인 배달 업계 시장 규모	10
<그림 2-4> 중국 주요 온라인 배달플랫폼	11
<그림 2-5> 2015-2020년 중국 음식 배달 시장 점유율	12
<그림 2-6> 2017-2021년 메이탄 배달 거래 현황	14
<그림 2-7> 음식 배달의 전체 프로세스	16



A Study on the Utilization Status of Food Delivery Service in China

JIN ZHIYUAN

Department of International Commerce and Logistics,
The Graduate School, Pukyong National University

Abstract

With the emergence of COVID-19, China's food delivery service market has expanded on a larger scale than before. Ordering food through food delivery platforms has brought convenience to people. Consumer satisfaction has become an important part of food delivery services and has emerged as a key competitor in the delivery industry. However, it is necessary to find out the satisfaction level of restaurant owners, who are another main players using food delivery services.

This study analyzed the problems that exist in Meituan's delivery and self-delivery, the status delivery method of delivery services. Interviews and surveys were conducted on the owners of restaurants using Meituan's delivery. Currently, the reason for using Meituan's delivery and self-delivery was identified. The analysis obtained through descriptive statistics, frequency analysis, one-sample T test, and one-way variance analysis using the SPSS program shows that the current rate of Meituan delivery is significantly higher than that of its own delivery, and the fee is about 10% higher than that of its own delivery. In addition, it was tested that the use ratio of Meituan varies

depending on the type of food. It was also tested that there was a difference in satisfaction with the two delivery methods.

In addition, based on the results of the empirical analysis, this study also suggested future development prospects and improvement plans for Chinese food delivery services.

Keywords : Meituan's delivery, Self-delivery, Food Delivery Service



제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

최근 몇 년간 중국인들의 생활수준은 비약적으로 향상되고 있다. 도시 생활이 가속화되고 인터넷 산업의 급속한 발전과 함께 국내 경제에서 음식 배달의 지위가 점점 더 두드러지고 있다. 한편, 인터넷의 발전이 가속화되고 모바일 인터넷이 사람들의 생활 편의성을 향상시켰으며, 다른 한편으로는 코로나19로 인해 사람들의 소비 습관도 큰 변화를 겪었고, 원래의 오프라인 소비에서 대량 온라인 소비로 전환되었다. 사회적 소비 구조의 조정은 사람들의 소비 패턴을 크게 변화시켰다. 메이탄 와이마이를 통해 소비자는 자신의 필요나 실제 상황에 따라 적절한 업체를 선택하여 음식을 주문할 수 있으며 소비자의 소비 과정은 매우 간단하고 편리해졌다. 음식 배달 업체 간 경쟁에서 가격전쟁, 할인 전쟁 등의 가격요인이 더 이상 사용자들에게 선택을 좌우하는 첫 번째 요소로 생각되지 않고 있다. 사용자의 만족도가 중요해졌으며 배달 방식의 차이도 고객의 만족도에 영향을 미치는 중요한 요인으로 부상하고 있다.

메이탄 와이마이는 2013년 출시 이후 ‘인터넷+배달’ 모델 개발에 주력해 몇 년 만에 중국 1위 음식 배달 거물이 됐다. 업계 경쟁이 심화되고 음식 배달 시장에서 물류 배달이 배달 플랫폼의 핵심 경쟁력이 되었다. 메이탄의 배달 서비스 품질은 소비자의 체험감에 큰 영향을 미치며 사람들이 소비 과정에서 누리는 배달 서비스는 고객의 만족도에 큰 영향을 미치고 있다. 현재 중국의 라스트마일 서비스 중 가장 빠른 성장세를 보이는 분야인 음식 배달 서비스 영역에 대한 연구가 필요하다. 음식 배달 플랫폼을 사용할 때 고객은 주문을 하고 음식 상가는 음식을 준비하며 배달을 의뢰하게 되는데, 본 연구는 중국 음식 배달 서비스의 현황 및 이용실태를 분석하고 그 과정에서 상가마다 상이한 배달 방식을 선택하는 원인을 분석

하고자 한다. 또한 원인 분석에 그치지 않고 앞으로 상가가 더욱 만족할 수 있는 어떤 맞춤형 배달 서비스를 추진해야 하는지 시사점을 도출하는 한편 중국의 음식 배달 서비스의 발전방향을 제시하고자 한다.



제2절 연구의 필요성

음식 배달 서비스는 비교적 새로운 산업으로 관련 연구는 기본적으로 최근 몇 년 동안 집중되어 있으나 대부분 음식 배달 서비스의 현황, 발전 방향 및 음식 배달 플랫폼의 비즈니스 모델에 대한 연구이며 음식 배달 서비스의 배달 방식에 대한 연구는 상대적으로 적은 상황이다. 해외 배달 시장이 일찍 시작되어 현재 비교적 성숙해졌기 때문에 연구는 주로 성공적인 음식 배달 서비스 플랫폼의 비즈니스 모델이며 결론은 배달 플랫폼의 성공 모델은 사업자에게 체계적이고 정확한 마케팅 서비스 방안과 체계적인 관리 방법 등을 제공하여 양측의 협력을 촉진하여 윈윈 국면에 도달하는 것이다. 그러나 중국의 배달 산업은 비교적 늦게 시작되어 현재 배달 산업의 연구는 주로 산업현황, 발전방향, 비즈니스모델 및 배달 패턴 비교 등에 치중되어 있으며, 연구방향은 비교적 분산되어 있고 배달 플랫폼 배달 방식에 대한 연구는 매우 희소한 실정이다. 따라서 선행연구를 바탕으로 메이탄 배달의 발전 상황을 바탕으로 메이탄 배달 방식의 선택에 대한 연구가 필요하다. 또한 음식 배달 서비스에 대한 만족도 연구 부분에서는 대부분의 연구가 고객의 만족도에 집중하고 있다. 하지만 음식 배달을 사용하고 있는 주체는 바로 상가의 주인이다. 상가의 주인의 측면에서 배달 서비스의 만족도에 대한 연구는 부재한 실정이다. 이런 실정에 감안하면 본 연구의 필요성이 더욱 높아지고 있다.

제3절 연구의 구성

본 연구를 시작하기 앞서 음식 배달 서비스에 대한 이론적인 자료조사를 진행하였다. 현재 중국에서의 음식 배달 서비스의 현황을 파악하고 또한 음식 배달 서비스의 배달 방식을 선행연구를 통해 요약, 정리하였다. 설문조사를 통하여 상가에서 상이한 배달 방식을 선택하는 원인에 대해 분석하였다. 실증자료를 수집하기 위해 사전인터뷰와 선행연구를 바탕으로 하여 설문지를 작성하였고 현재 메이뽀 플랫폼을 사용하는 상가의 주인들을 대상으로 설문조사를 진행하였다.

2장에서는 음식 배달 서비스 시장의 현황 및 발전 과정에 대해 설명하며 중국에서의 음식 배달 서비스 시장 변화에 대한 분석을 진행하였다. 또한 음식 배달 서비스와 메이뽀의 관련 선행연구와 문헌 자료를 검토하였다. 3장에서는 연구가설 및 연구방법을 제시하였고 4장에서는 설문 자료를 이용하여 실증분석을 진행하는 한편 그 결과를 도출하였다. 5장에서는 연구결과를 요약하고 본 연구의 시사점과 한계점을 제시하는 동시에 향후의 연구방향도 제시하였다.

II. 이론적 배경

제1절 음식 배달 서비스의 기본구조 및 특성

1. 음식 배달 서비스의 개념

음식 배달 서비스는 고대부터 존재했고 테이크아웃은 음식 배달 서비스의 최초의 형태로 볼 수 있으며, 오늘날까지 이어지고 있다. 도미노피자의 창시자 톰 모나한(1973)은 단기적 관점에서 피자 배달의 개념, 즉 배달 서비스를 제시하고 빠르고 효율적인 배달 시스템을 구축했다. 음식 배달 서비스는 고객이 지정한 장소와 정해진 시간 범위 내에서 고객이 주문한 음식을 집까지 배달하는 서비스이다. 소비자는 음식 배달 플랫폼에서 음식을 주문하고 매장에서 주문을 받은 후 필요에 따라 제품을 준비한 후 최종적으로 배달원의 시간이 허락하는 범위 내에서 소비자가 지정한 장소로 가능한 한 빨리 배달하는 것으로 정의된다.

테이크아웃 형태인 음식 배달 서비스는 이처럼 매우 오래되었지만 오늘날에도 계속되고 있다. 전화, 휴대폰, 인터넷의 보급으로 배달 서비스는 빠르게 발전하고 있다. 음식 배달 서비스는 사용자의 즉각적인 통찰력을 핵심으로 하고 빅데이터를 기반으로 온라인 및 오프라인 소비를 연결한다. 온라인 거래를 폐쇄 루프로 진행하고 오프라인에서 즉각적인 배송을 통해 거래 이행을 완료하여 더 많은 사용자에게 수요 시작부터 상품 검수까지 원스톱 서비스를 제공한다.

2. 음식 배달 서비스의 특성

가. 신속성

배달 서비스의 중요 특징의 하나는 빠른 것이다. 첫째, 사람들은 일반적으로 온라인으로 음식을 주문할 때 배고픈 상태이며 자신의 음식이 더 빨리 도착하기를 원하며, 너무 오래 기다리면 대부분의 고객이 불만을 제기하거나 다른 주문 플랫폼으로 바꾸거나 식사 방법을 변경할 수 있다. 둘째, 현재 배달 플랫폼에 입점한 매장의 범위는 매점의 위치를 기준하여 반경 5km 이내이며, 음식을 준비하는 속도는 기본적으로 약 10분 정도이고, 배달원이 음식을 받아 고객에게 배달할 때까지의 걸리는 시간은 기본적으로 25분에서 1시간 범위이다. 1시간 이상이 걸리면 주문하는 사람이 적거나 자신이 원할 경우 기다릴 수는 있는데 시간이 너무 길면 음식의 원래의 맛을 못 느끼는 것을 유발하기에 배달 서비스가 신속성의 특성을 갖도록 한다.

나. 편의성

현재 상권, 생활 커뮤니티가 많이 생기는 곳, 학교 등 도시의 거의 모든 곳에 배달이 침투되어 있으며, 배달 플랫폼에 접속하여 음식을 클릭하면 근처에 배달 서비스를 제공하는 다양한 맛집이 팝업 되어 선택할 수 있으며, 주문의 전 과정이 1~2분 만에 완료된다. 또한 집 밖으로 나가지 않고도 음식을 즐길 수 있는 배달 서비스로써 생활 패턴이 빠른 현시대에 매우 적합하다.

다. 서비스성

음식 배달 서비스는 케이터링 서비스 산업의 다른 한 방면이며 서비스성은 서비스 산업의 가장 기본 특징이다. 배달 서비스는 온라인과 오프라인 두 가지 방면으로 나뉜다. 온라인 서비스에는 정교한 웹 페이지 제공,

간단하고 배우기 쉬운 작업, 많은 선택 사항, 안전하고 편리한 지불 수단 등이 포함되며 오프라인 서비스에는 배달 속도, 배달 직원의 이미지, 음식 품질 등이 포함된다. 음식 배달 서비스 과정에서 고객들이 더 편리하고, 시간을 더욱 절약하고, 더 많은 돈을 절약하고, 더 행복한 서비스를 제공할수록 서비스 품질이 더 좋다고 인정이 된다.

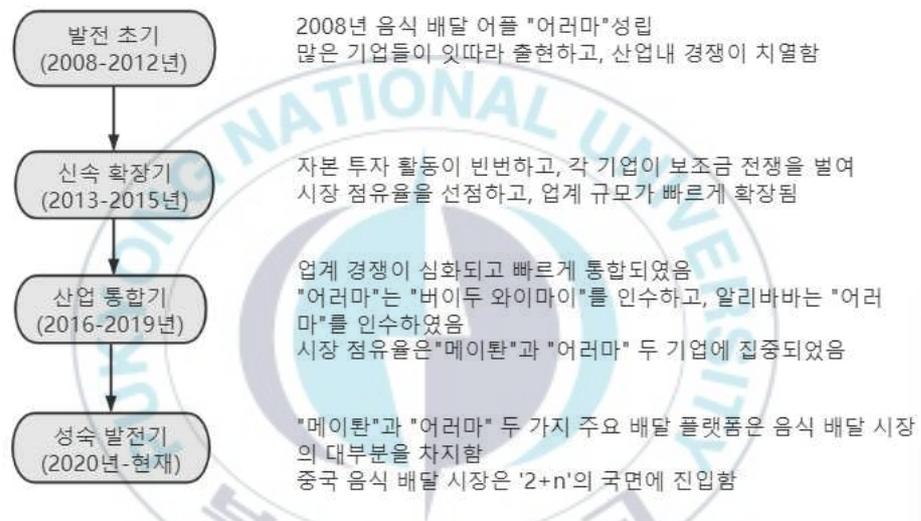
라. 실시간 추적성

정보 기술 및 GPS 위치 추적 기술의 적용으로 고객은 자신의 음식이 어떤 상태(준비 및 배송)인지 명확하게 이해할 수 있으며 전체 프로세스 추적 및 모니터링을 실현할 수 있다. 모바일 앱에서 음식 배달 정보를 자동으로 알려주고, 더 자세한 배송 정보를 알고 싶다면 물류 정보를 클릭하면 음식에서 현재까지의 거리가 표시된다. 이와같이 오늘날의 음식 배달 앱을 이용하면 음식의 동적 위치 변화 과정을 볼 수 있으며, 배달원에게 직접 전화를 걸어 자세한 내용도 알 수 있다.

제 2 절 중국 음식 배달 서비스의 발전 현황

1. 중국 음식 배달 서비스의 현황

중국의 배달 서비스는 2008년 배달 플랫폼 "어러마"의 출현으로부터 빠르게 성장하게 되었다. 중국 음식 배달 발전의 역사는 그림1과 같이 표현된다.



*출처: 언론보도 자료를 참조하여 저자 작성

그림2-1 중국 음식 배달 서비스의 발전 과정

중국 도시와 농촌 주민들의 생활수준이 점차 부유하고 중산층에 도달함에 따라 국민경제활동에서 소비의 비중이 점차 증가하고 있으며, 주민들의 외식소비는 점차적으로 외식문화 및 사교성을 느끼는 중요한 방식으로 격상되고 있다. 최근 몇 년 동안 중국 외식업 매출은 해마다 상승하고 있는바, 2019년 중국 외식 수입은 2018년 대비 0.40조 위안, 전년 대비 9.38% 증가했으나, 코로나19의 영향으로 2020년 중국 외식 수입은 큰 폭으로 하락했다. 그러나 국내 전염병의 효과적인 통제에 따라 중국 외식시장도 점

차 회복되어 2021년 중국 외식수입은 4.69조 위안, 2020년 대비 0.74조 위안 증가하였다.

코로나19는 사람들의 식사 습관을 변화시켰고 바이러스의 심리적 장애에 대해 더 많은 사람들이 음식 배달을 선택하고 있다. 그림2-2와 같이 2021년 12월 말까지 중국의 온라인 음식 배달 서비스 사용자 수는 54,416만 명으로 2020년 같은 기간보다 12,533만명 증가하여 전년 동기 대비 29.92% 증가하였다.



그림 2-2 2015-2021년 중국 온라인 배달 이용자 규모

중국 배달 산업의 지속적인 발전과 배달 시스템의 점진적인 개선으로 시장 점유율이 해마다 증가하고 소위 '게으른 경제'의 부상과 함께 중국 음식 배달 산업의 발전은 크게 개선되고 있다. 2020년 코로나19의 발생은 역설적으로 음식 배달 산업의 다양한 발전을 더욱 촉진했으며 기존의 음식 배달로부터 점차적으로 생필품, 의료 재료 및 기타 다양한 영역을 확장했으며 산업 시장 규모도 더욱 발전하였다. 자료에 따르면 그림2-3과 같이

2021년 중국 온라인 배달 산업의 시장 규모는 8,117억 위안으로 전년 대비 22.1% 증가했다.



*자료출처:국가통계국 자료에 근거하여 저자 작성

그림 2-3 2016-2021년 중국 온라인 배달 업계 시장 규모 상황

현재 중국 온라인 배달 플랫폼은 그림2-4와 같이 주로 메이뽀 와이마이, 어러마, 바이두 와이마이등이 있으며 설립 시점으로 볼 때 어러마는 메이뽀 와이마이와 바이두 와이마이보다 설립 시기가 빠르다.

브랜드	회사	LOGO	설립시간	소개
메이똥 와이마이	Beijing Science and Technology Co, three fast online		2013년	메이똥 와이마이는 온라인 음식 주문 플랫폼으로 2013년 11월에 정식 출시되었으며 본사는 베이징에 있다.
어러마	상하이 라자스 인포메이션 테크놀로지		2008년	어러마는 2008년 설립된 음식 배달 플랫폼으로 온라인 배달, 즉석 배송, 케이터링 공급망 등의 사업을 하고 있다. 'Everything 30분'을 사명으로 삼아 과학기술로 현지 생활 서비스 플랫폼을 만들고 중국 요식업의 디지털화 과정을 추진하고 있다.
바이두 와이마이	상하이 라자스 인포메이션 테크놀로지		2014년	바이두 와이마이는 바이두가 만든 전문 음식 배달 서비스 플랫폼으로 많은 고품질 음식업체들이 입점해 있고 편리하고 빠른 온라인 음식 주문 배달서비스를 제공한다.

*자료: 기업사이트를 참고하여 저자 작성

그림 2-4 중국 주요 온라인 배달플랫폼

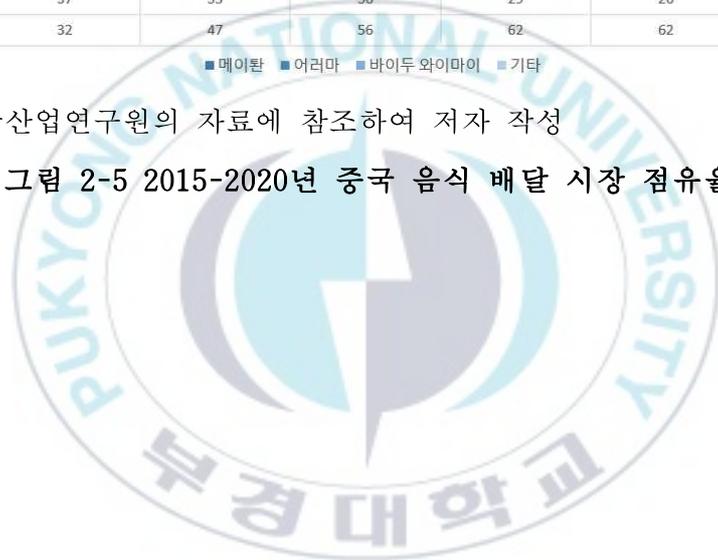
현재 중국 배달 시장 구도는 비교적 안정적이고 메이똥 와이마이의 시장 점유율은 계속 증가하고 경쟁 우위는 여전히 두드러지며 그림 5와 같이 2020년 메이똥 와이마이는 중국 배달 시장 점유율의 69%를 차지하여 2019년 대비 5% 증가했다. 어러마는 중국 배달 시장 점유율의 26%를 차지하여 2019년과 동일하며 바이두 와이마이는 중국 배달 시장 점유율의 4%를 차지하여 2019년과 동일하다. 따라서 본 연구는 현재 가장 많이 사용되고 있는 음식 배달 플랫폼인 메이똥에 초점을 맞춰 연구하고자 한다.

2015-2020년 중국 음식 배달 시장 점유율



출처: 중국산업연구원의 자료에 참조하여 저자 작성

그림 2-5 2015-2020년 중국 음식 배달 시장 점유율



제 3 절 메이뚱의 현황 및 배송방식

1. 메이뚱의 현황

메이뚱은 중국에서 한국의 “배달의 민족” 같은 배달 앱 위치에 있는 음식 배달 플랫폼이다. 메이뚱 와이마이는 2013년 11월 베이징에서 ‘메이뚱 와이마이, 즉 무엇이든 빨리 배달한다’라는 주제로 정식 출시되었다. 메이뚱은 O2O 모델을 기반으로 상가와 소비자를 위한 온라인과 오프라인 연결 플랫폼을 구축하여 정보 흐름, 자금 흐름, 물류 및 유통을 촉진하는 음식 배달 플랫폼을 구현하고 있다.

메이뚱은 설립 이후 전국적으로 활발하게 사업을 전개하고 빠르게 확장하여 단기간에 전국 주요 1, 2선, 심지어 3, 4선 도시에 까지 분포하고 분단위의 실시간 배달 서비스를 실현했으며 현지 제3자 배달과 협력 관계를 구축했다. 메이뚱은 중소 요식업체와 협력하여 오프라인 요식업체를 생산 기지로 사용하고 태블릿이나 스마트폰을 운반체로 사용하여 소비자의 주문 요구를 충족시키는 음식 배달 O2O 플랫폼이다.

메이뚱은 지속적인 발전을 거쳐 서비스 범위가 점점 더 넓어졌다. 현재는 소비자가 음식, 디저트 음료, 신선한 과일과 채소, 생화 녹식, 영유아 용품, 뷰티 의류, 애완동물 용품 등의 상품을 구매할 수 있는 것으로 확장하여 고객의 맞춤형 요구를 최대한 충족시키고 있다. 2020년까지 입점하고 있는 상가는 630만개를 넘어섰고 총 배달원 수는 398만 7000명에 달했으며 사업은 전국 2800개의 도시·현시를 아우르며 일일 주문 완료량은 4000만명을 돌파했다. 메이뚱 거래 현황을 살펴보면 그림 2-6과 같이 2021년 메이뚱의 거래 건수는 143억 6,800만건으로 전년 동기 대비 41.6% 증가했으며 거래 금액은 7020억 5,700만 위안으로 전년 동기 대비 43.6% 증가했다.

2017-2021년 메이탄 배달 거래 현황



*출처: 중국산업연구원의 자료에 참조하여 저자 작성

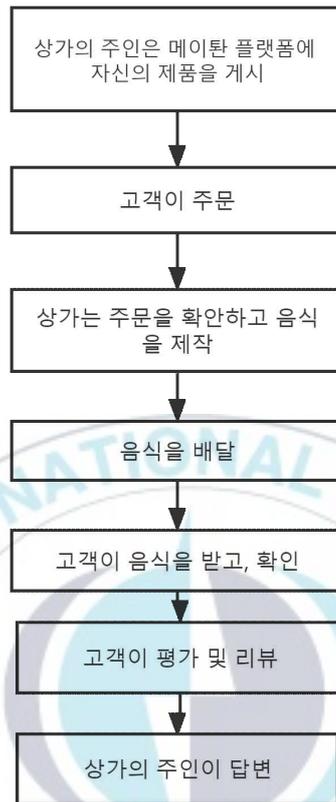
그림 2-6 2017-2021년 메이탄 배달 거래 현황

2. 메이탄의 비즈니스 모델

제3자 플랫폼 기업으로서 메이탄은 주로 플랫폼의 양 끝에 있는 상인과 소비자에게 서비스를 제공한다. 메이탄에 입점한 업체는 주로 소규모 자영업자와 프랜차이즈 브랜드 업체이며 소비자는 주로 음식 배달의 편의를 즐기는 재학생 및 회사 사무직에 근무하고 있는 직장인이다. 메이탄의 핵심 장점은 풍부한 메이탄의 온라인 트래픽에 있으며 초기 사용자 데이터 축적으로 인해 사용자의 정확한 포지셔닝에서 우위를 점하였다. 메이탄은 또한 강력한 실시간 배송 스케줄링 등 지능형 시스템을 갖추고 있으며 중국 2,800개의 도시 및 현시를 포괄하여 24시간 중단 없는 배송을 실현할 수 있다.

메이탄의 주요 수익원은 가맹점 수수료, 배송비, 매장 경쟁 순위, 광고비 등이다. 그중 가장 핵심적인 수익 포인트는 상인의 수익에서의 수수료를 받는 것이다. 그중 수수료의 추출은 플랫폼 배송과 매장 자체 배송의 두 가지 모드로 구분되며, 플랫폼 배송의 추출 비율은 매장 자체 배송의 추출 비율보다 높다. 메이탄의 배달을 사용하지 않아도 가맹점 수수료를 지불해야 하고 메이탄의 배달을 사용하면 가맹점 수수료와 배송비를 모두 지불하는 형식으로 한다.

음식의 배송은 음식 배달 서비스의 핵심 중 하나이며, 배송원 배송지 알림, 플랫폼 배송원 정보 조회, 플랫폼의 개인정보 보호 등이 주요 내용이다. 따라서 메이탄의 배송 과정은 전체적으로 폐쇄 루프 운영 방식이다. 먼저 상가의 주인은 메이탄 플랫폼에 자신의 제품과 정보를 게시한 후 구매자의 주문을 기다리고 있으며 전체 프로세스는 그림 2-7과 같다.



*출처: 저자 작성

그림 2-7 음식 배달의 전체 프로세스

고객의 주문을 받은 후 고객의 구체적인 요구에 따라 주문 준비를 진행한다. 고객의 요구에 따라 상가는 고객의 요구를 충족시키기 위해 다양한 원자재를 잘 준비해야 한다. 판매자는 구매자가 필요로 하는 상품을 준비하고 플랫폼 배달원에게 연락하여 배달 업무를 완료하도록 하고, 배달원은 배달 업무를 받으면 상품 수요와 실제 상품을 확인하여 배달 장소, 배달 시간, 구매자의 연락처를 얻고, 이 모든 것이 틀림없음을 확인한 후 배

송을 시작한다. 배송 과정에서 다양한 문제가 발생하면 플랫폼 스케줄러와 즉시 조정하여 해결하고 지정된 시간 내에 고객이 원하는 장소로 상품을 배송한 후 고객에게 전화로 연결하여 수령하고 수령 후 다음 배송을 진행합니다. 고객 정보를 실시간으로 모니터링 및 포지셔닝하고 고객 만족도를 집계하며 고객 불만을 해결하는 전담 플랫폼 팀도 있다.



3. 메이탄의 배달 방식

메이탄 배달은 현재 메이탄의 배달, 메이탄 익스프레스, 혼합배달, 상가의 자체 배달, 메이탄 퀵서비스, 도시 전체 배송의 6가지 유형의 배달 방식을 설정했다. 그중 가장 많이 사용되는 것은 메이탄의 전문 배달과 상가의 자체 배달이다.

또한 코로나19의 영향으로 메이탄은 2020년 1월 26일에 중국 코로나19 최초 발생의 중심 도시인 우한(武漢)에서 '비대면 배송' 서비스를 도입해 소비자와 배달원에게 한층 더 안심할 수 있는 보장을 제공했다. 이 서비스가 출시된 후 배달원, 소비자 및 상가는 '위험 제로'의 전염병 예방 및 통제 요구 사항을 최대한 충족시켰다. 주문할 때 소비자가 '비대면 배송'을 선택하면 배달원은 상품을 지정된 장소에 놓거나 문 앞에 걸어 소비자가 상품을 직접 가져갈 수 있도록 하였다.

가. 메이탄의 배달

메이탄의 배달은 4년여간의 급속한 발전을 거쳐 점차 성숙해졌으며, 이제 핵심 목표는 배송의 정시성과 서비스 품질을 향상시키는 데 중점을 두고 있다. 메이탄의 배달은 메이탄이 자체적으로 구축하였고 또한 특정 주문율을 보장하는 것으로 플랫폼 자체 운영에 소속된 배달원 위주로 배달하는 배송 형태이다. 메이탄의 배달은 배달의 품질과 효율성을 높이기 위해 자체 물류 배송 시스템, 즉 메이탄의 전문 배달 시스템을 구축했다. 메이탄의 전문 배달원은 메이탄과 합법적인 노동 계약을 맺고 있는바 메이탄은 이에 대해 강한 구속력을 가지고 있으며 영업시간은 오전 9시부터 오후 9시까지이고 배송 범위는 주로 3km 이내이다. 전문 배달원의 급여 구성에는 보너스가 포함된다. 실적은 주문량 및 호평의 모든 측면에서 종합적인 결과이며 배달원에게 일정한 인센티브가 부여된다. 배달원이 가능한 많은 주문을 받도록 격려하고 전문 배달원의 운송 능력은 상대적으로 지속성이 높다. 메이탄의 전문 배달은 배달 주문의 배송 품질을 향상시키

기 위해 자체 제작한 배송팀으로, 배달원은 메이탄의 정규직 직원으로 일반적으로 배달원은 건강하고 연령이 40세 미만이다. 주요 자격 요건으로는 관련 업무 경험이 가장 좋으며 범죄 등 불량 기록이 없어야 한다. 메이탄에서 전문적으로 배송하는 모든 배송원은 입사 후 전면적인 입사 교육과 비정기적인 전문 교육을 이수하여 배달원의 직업적 소양과 전문적 수준을 향상시켜야 하며, 이러한 교육은 메이탄에서 정기적으로 조직한다.

나. 메이탄 익스프레스

메이탄 익스프레스 배달은 일부 수량의 주문을 보장하고 소비자의 주문을 클라우드소싱, 즉 사회적 유휴 인력에 할당하여 주문을 받고 자원을 합리적으로 사용하는 시스템이다. 메이탄 익스프레스는 아르바이트 배달원 위주의 배달 형태로 하고 24시간 진행이 된다.

다.혼합 배달

혼합배달은 메이탄의 전문 배달과 메이탄 익스프레스 배달이 모두 포함된 모델로 메이탄의 전문 배달의 배송 능력이 부족할 경우 메이탄 익스프레스 배달 직원이 음식을 배달할 수 있다.

라. 상가의 자체 배달

상가의 자체 배달은 기업 물류 유통의 각 단계를 기업 자체에서 준비하고 조직 및 관리하여 기업 내부 및 외부 상품의 유통을 실현하는 시스템을 말한다. 상가의 자체 배달은 상가가 자체 운송 능력 또는 제3자 운송 능력에 의존하여 제품을 배송하는 형태를 말한다.

제 4 절 선행연구 검토

1. 음식 배달 서비스에 관한 선행연구

중국 음식 배달 서비스가 빠르게 발전함에 따라 그에 관한 이론적인 선행연구는 점차 많아지고 있다. 하지만 구체적으로 배달 과정의 가장 중요한 배달 방식의 선택에 관한 연구는 매우 부족한 실정이다.

龚心怡(2019)는 당시의 음식 배달 패턴 분석을 통해 배달이 제때에 이루어지지 않고, 배달 오류가 발생하는가 하면 서비스 품질이 떨어지는 등의 일련의 문제가 있음을 주장하였다. 이러한 일련의 문제를 해결하기 위해 가장 시급한 것은 상인, 배달원, 고객 삼자 관계를 효과적으로 처리할 수 있는 배달 통합 시스템을 구축하는 것이라고 주장하였으며 플랫폼의 배달원은 배송 문제의 발생을 근본적으로 줄이기 위해 전문 교육을 받고 배달원의 품질을 향상시켜야 한다고 제시하였다.

李猛(2019)는 음식 배달 서비스에 존재하고 있는 제반 문제에 대해 분석하였다. 주문량이 많거나 날씨가 안 좋은 상황에서 음식 배달원이 영향을 받는 경우가 많아 음식 배달이 제때에 배달되기 어렵다. 또한 음식의 특성에 근거하여 배달 시간이 늦어지면 음식의 맛에도 영향을 주고 소비자의 호감도가 낮아져 상가의 신용에 영향을 미친다고 하였다. 소비자는 배달 플랫폼을 통해 음식을 주문할 때 배달이 제때 이루어지지 않거나 품질에 문제가 있는 경우 플랫폼을 통해 업체에 불만을 제기하지만 문제의 해결이 지연되는 경우가 많다. 음식 배달 플랫폼이 참조할 수 있는 완전한 해결 시스템이 없으며 판매 후 문제 처리 능력을 개선해야 한다고 하였다.

游佳(2017)는 음식 배달 플랫폼의 주요 배달 방식을 분석하고 음식 배달 플랫폼의 배달 방식에 존재하는 문제에 음식 배달 플랫폼의 즉시 배달 효율성을 높이고 제3자 물류와의 협력 강화 및 서비스 품목 확장, 배송 시스템 개선, 배송 과정의 식품 안전을 보장하는 등의 측면에서 배달 방식을 연구하여 음식 배달 플랫폼의 배송 효율을 향상 시키는 동시에 식품 안전

을 보장하여 사용자에게 보다 양질의 서비스를 제공해야 한다고 하였다.

부우가(2021)는 중국 소비자를 대상으로 하여 배달 서비스의 서비스 품질이 고객의 만족도와 재사용 의도 미치는 영향에 대해 연구하였다. 연구에 따르면 배달 서비스 품질이 고객의 재구매 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.



제2절 메이뚝에 관한 선행연구

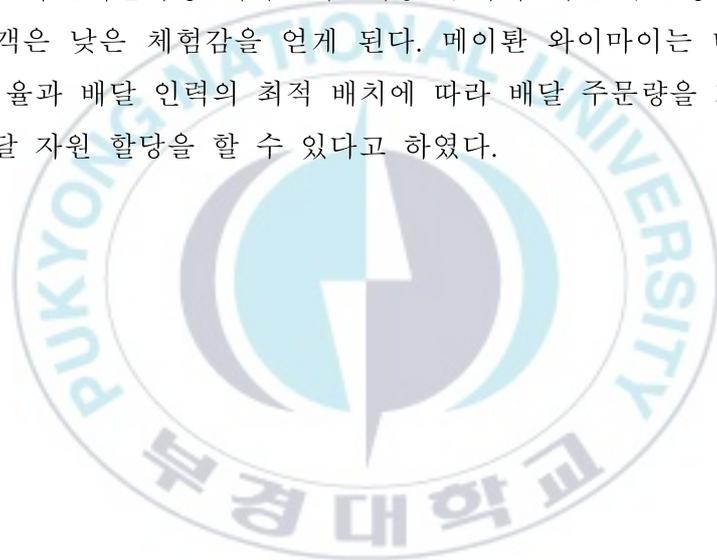
汤梓钰(2022)는 메이뚝의 현재 운영 시스템과 배달 주문 배송 현황에 대해 연구하였다. 즉시배송의 불확실성 위험에 관하여 두 가지 최적화된 분배 계획을 제시하였다. 첫 번째는 지연 배치인데 일부 특수한 상황에서는 주문이 발행된 후 즉시 배달원에게 할당할 필요가 없으며, 주문의 시효를 초과하지 않고 합리적인 경우 백그라운드에서 주문에 대한 지연 결정을 내리는 것을 의미한다. 두 번째는 주문이 배달원에게 할당된 경우에도 주문의 시효 범위, 배달원의 실제 상황 및 특정 위치에 따라 '재' 판단을 내리는 시스템 자동 변경 전략이다. 이것은 주문이 많을 때 배달원에게 배달이 물리는 상황이 있을 수 있으며, 이로 인해 배달 시간이 평상시를 훨씬 초과하여 배달 효율성이 저하되는 경우를 피할 수 있다고 말하였다.

孙安然(2021)는 메이뚝이 배달 서비스 품질 향상에 대해 연구하였다. 설문조사를 통해 메이뚝 배달 서비스 품질에 대한 소비자 인식 관련 데이터 수집하였고 실증분석을 진행하였다. 연구 결과 메이뚝의 전체 물류 서비스의 질은 아직 소비자가 기대하는 품질과는 거리가 멀었다. 메이뚝은 소비자의 소비 습관과 소비자 선호도를 분석하여 정확한 가격을 책정하고, 배송비 산정 방식에 대한 설명을 추가하여 소비자가 가격 발생을 알 수 있도록 해야 한다고 하였고 주문 분배 메커니즘을 과학적이고 합리적으로 개선하고 배달 직원의 노동 강도 표준을 합리적으로 제정하여 플랫폼 주문 메커니즘을 최적화해야 한다고 하였다.

원희연(2021)는 중국 음식 배달 앱에 관한 소비자의 만족도에 대해 연구하였다. 연구에서의 음식 배달 앱에 관한 문제점을 보면 배달 시간 초과 문제에 대해 불만이 높은 것으로 나타났다. 음식 배달 앱에 관한 희망 사항은 빠른 배달이 가장 큰 비중을 차지했다. 또한 배달 앱과 관련한 서비스 품질 요인 중 배달시간과 서비스 만족도는 정의 영향을 미친다고 하였다.

孙文婷(2020)은 메이툰의 현재 가장 큰 수입원은 상가의 가맹 수수료와 배달 수수료이다. 수수료는 매출과 정비례되고 그중 배달 수수료는 주로 메이툰의 배달과 자체 배달에서 생성된다고 하였다.

丁艳慧(2018)는 메이툰 와이마이에서 사용하고 있는 메이툰의 전문 배송과 클라우드소싱에 대해 연구하였다. 즉시배송 서비스 수준은 사용자의 선택에 직접적인 영향을 미치고 이는 메이툰 와이마이의 산업 경쟁력에도 영향을 미치므로 배달 서비스 수준은 운영 방식 결정을 위한 중요한 고려 사항이라고 하였다. 또한 배달이 가장 집중되는 시간대에는 점심과 저녁 시간대이고 약 2시간가량 지속된다. 배송 능력이 배달 주문량에 따라가지 못하면 고객은 낮은 체험감을 얻게 된다. 메이툰 와이마이는 메이툰의 전문 배달 비율과 배달 인력의 최적 배치에 따라 배달 주문량을 기반으로 합리적인 배달 자원 할당을 할 수 있다고 하였다.



Ⅲ. 연구모형

제1절 연구모형의 설계

현재 메이탄의 배달 사용 방식인 메이탄의 배달과 자체 배달의 문제를 기점으로 두 개의 배달 방식의 실태와 현황을 파악한다. 조사대상인 상가의 점주들의 인구사회학적 특성과 근로특성을 파악한다. 배달 방식의 사용 비율의 차이가 있는지 분석하는 한편 메이탄의 배달과 자체 배달을 사용하는 원인을 분석하고, 메이탄의 배달과 자체 배달의 수수료 차이가 있는지 검증한다. 또한 두 가지의 배달 방식의 점심과 저녁의 배송시간에는 차이가 있는지 분석하고, 음식의 종류에 따라 메이탄의 배달을 사용하는 비율에 차이가 있을지도 아울러 분석한다. 메이탄의 배달과 자체 배달의 만족도에도 차이가 있는지 분석하고 메이탄 배달이 어떤 개선을 원하는지 파악하고자 한다. 주요 연구가설을 제기하면 다음과 같다.

가설 1 메이탄의 배달과 자체 배달의 사용 비율은 차이가 있을것이다.

가설 2 배달의 종류에 따라 수수료 금액에 차이가 있을것이다.

가설 3 배달의 종류에 따라 배송시간의 차이가 있을것이다.

가설 4 배달의 종류에 따라 메이탄의 사용 비율의 차이가 있을것이다.

가설 5 배달의 종류와 배송서비스 만족도에는 차이가 있을것이다.

제2절 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 현재 메이탄에 입점하고 있고 메이탄의 배달 방식을 사용하고 있는 상가 주인들을 대상으로 하여 조사를 진행하였다. 2021년 11월 4일에 온라인으로 사전인터뷰를 진행하였고 2022년 9월 27일부터 10월 11일까지 설문지를 배포해 조사를 진행하였다.

총 194부의 설문지를 회수하였으며 그 가운데 불확실한 응답, 무응답 및 미완성 응답을 한 10부를 제외하였고 또한 조사 시점 기준 운영 경력이 1년 미만인 18부를 제거하여 유효한 설문지 166부를 분석에 사용하였다.

2. 설문지의 구성

본 연구의 설문지는 선행연구가 부족하므로 현재 있는 문헌이나 사전인터뷰를 참고로 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 설문 항목은 크게 2개 부분으로 구성하였으며 I:음식 배달 서비스의 이용실태 15개 문항, II:메이탄의 배달과 자체 배달의 만족도의 관련조사 10개 문항, 일반 현황에서 6개 문항 등 총 31개 문항을 설계하였다.

3. 연구방법

연구의 목적을 달성하기 위해 본 연구는 이론적인 연구와 실증연구를 결합 실시하였으며 한국 논문, 중국 논문, 학술발표 및 인터넷 자료를 고찰하여 중국 음식 배달 서비스의 현황 및 특성을 정리하고 선행연구 및 이론적 배경을 바탕으로 사전인터뷰와 설문지를 작성하여 배포하였다. 설문 분석은 유효한 설문지만을 대상으로 SPSS 26.0 통계 프로그램을 이용해 이용하여 기술통계, 빈도분석, 일표본 T검정, 일원배치 분산분석을 실행하였다.

제4장 실증분석

제1절 표본의 일반적 현황

1. 설문지 응답자의 특성

본 연구의 설문에 참여한 응답자의 특성은 다음과 같다. 총 설문지 194부를 회수하였고 그중 동일 번호를 마킹하거나 무성의한 답변 그리고 영업실적 1년미만의 무효 설문지 28부를 제거하여 166개의 표본을 대상으로 응답자의 특성을 살펴본 결과는 다음과 같다.

첫째, 성별에 따라 살펴보면 응답자 중 남성이 80명(48.2%), 여성이 86명(51.8%)을 차지하고 있다.

둘째, 학력별로 살펴보면 중졸 20명(12%), 고졸 50명(30.1%), 대졸 78명(47%), 대학원 재학 이상 18명(10.8%)을 차지하고 있다. 그중 대졸이 가장 많았다.

표4-1. 사회인구학적특성

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
성별	남성	80	48.2	48.2
	여성	86	51.8	51.8
	전체	166	100.0	100.0
학력	중졸	20	12.0	12.0
	고졸	50	30.1	30.1
	대졸	78	47.0	47.0
	대학원 재학 이상	18	10.8	10.8
	전체	166	100.0	100.0

2.근로 특성

다음은 응답자의 근로 특성에 대해 기술통계한 값이다.

첫째, 응답자의 연령을 살펴보면 최소 18세로 부터 최대 70세로 평균 36.28세로 집계되었다.

둘째, 경력으로 살펴보면 최소 1.08년에서부터 최대 30년으로 평균 6.5227년으로 집계되었다.

셋째, 응답자의 월소득에 대한 응답은 최소 2000위안에서 최대 250000위안으로 평균 25881.71위안으로 집계되었다.

넷째, 응답자가 운영하고 있는 음식점에 현재 재직 중인 종업원 수에 대한 응답은 최소 1명에서 최대 50명으로 평균 5.63명으로 집계되었다.

표4-2. 응답자의 근로 특성

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
연령(세)	166	18	70	36.28	9.540
음식점 운영 경력(년)	166	1.08	30.00	6.5227	5.08265
월 평균소득(위안)	166	2000	250000	25881.71	38311.183
종업원수(명)	166	1	50	5.63	5.643
유효 N(목록별)	166				

2.음식 배달 서비스 배달방식 이용실태

아래 표<4-3>는 현재 상가에서 사용되고 있는 배달 방식의 기술통계를 제시하였다. 총 166명의 응답자 중 평균적으로 73.37%는 메이환의 배달을 사용하고 있고 26.57%는 자체 배달을 사용하고 있다. 현재 대부분의 상가에서는 메이환의 배달을 사용하고 있다는 점을 실증분적으로 확인할 수 있었다.

표4-3. 배달 방식 이용현황

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
메이환의 배달	166	5%	99%	73.37%	21.384%
자체 배달	166	1%	95%	26.57%	21.417%
유효 N(목록 별)	166				

표<4-4>에서는 응답자들이 현재 메이환 배달 서비스에 대한 만족도에 응답이다. 빈도분석 결과는 '다소 불만족'이 81명(48.4%)으로 가장 높다. 다음으로는 '전혀 불만족'이 44명(26.5%), '보통'이 41명(24.7%) 순이고, '다소 만족', '매우 만족'을 응답한 응답자는 한명도 없었다. 이는 현재 대체적으로 상가들은 메이환의 배달 서비스에 대해 불만족스러워한다는 보여주는 것이다.

표4-4. 메이환의 배달에 대한 만족 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유효	전혀 불만족	44	26.5	26.5
	다소 불만족	81	48.8	48.8
	보통이다	41	24.7	24.7
	전체	166	100.0	100.0

메이환의 배달을 사용하는 원인에 대한 빈도를 파악해 본 결과는 표<4-5>와 같다. '배송시간이 만족스러움'의 응답이 69명(41.6%)으로 압도적으로 많았다. 그 다음으로는 '가게의 위치가 주문량이 많은 곳에 위치함'이 34명(20.5%), '서비스가 만족스럽다'가 27명(16.3%), '배달 과정에 신경 써야 할 음식'이 19명(11.4%) 순이고, '수수료가 부담스럽지 않음'이 13명

(7.8%)으로 가장 적었다. 이는 메이탄 배달을 사용하는 원인은 주로 배송 시간이 빠르고 또한 상가의 위치가 주문량이 밀집된 곳에 위치하기 때문이라고 판단할 수 있다.

표4-5. 메이탄 배달의 사용 원인

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
수수료가 부담스럽지 않음	13	7.8	7.8
배송시간이 만족스러움	69	41.6	41.6
배달 과정에 신경써야 할 음식이어서	19	11.4	11.4
가게의 위치가 주문량이 많은 곳에 위치함	34	20.5	20.5
배달 서비스가 만족스럽다	27	16.3	16.3
기타	4	2.4	2.4
전체	166	100.0	100.0

표4-6)은 자체 배달의 사용 원인에 대한 빈도 분석 결과이다. '메이탄의 수수료가 부담스러움'이 44명(26.5%)로 가장 많았고 다음으로는 '가게의 위치가 주문량이 많은 곳에 위치함'이 32명(19.3%), '배달 속도가 메이탄보다 빠름'이 31(18.7%), '배달 과정에 신경 써야 할 음식이어서'가 23명(13.9%), '배달 서비스가 만족스럽다'가 20명(12%) 순이고, '기타'가 16명(9.6%)으로 가장 적었다. 대부분 상가들은 메이탄의 수수료가 부담스러워 자체 배달을 선택했다는 실정을 판단할 수 있다.

표4-6. 자체 배달의 사용 원인

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
메이탄의 수수료가 부담스러움	44	26.5	26.5
배달 속도가 메이탄보다 빠름	31	18.7	18.7
배달 과정에 신경써야 할 음식이어서	23	13.9	13.9
가게의 위치가 주문량이 많은 곳에 위치함	32	19.3	19.3
배달 서비스가 만족스럽다	20	12.0	12.0
기타	16	9.6	9.6
전체	166	100.0	100.0

표<4-7>은 응답자들이 메이환 수수료에 대해 생각하는 부담 정도의 빈도 분석 결과이다. '메이환의 수수료가 부담스러운가'에 대한 질문에 '다소 그렇다'를 선택한 비중이 75명(45.2%)으로 가장 높다. 다음으로는 '보통'이 56명(33.7%), '그렇지 않다'가 35명(21.1%)으로 나타났다. 메이환의 수수료가 다소 부담스럽다는 것을 알 수 있다.

표4-7. 메이환 수수료의 부담 정도

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇지 않다	35	21.1	21.1
다소 그렇다	75	45.2	45.2
보통이다	56	33.7	33.7
전체	166	100.0	100.0

표<4-8>는 설문지 응답자인 상가 주인들이 음식의 종류에 따라 배달 방식을 선택하는지 빈도분석한 값이다. 유효한 166부(N166)의 빈도분석 결과는 '그렇다'가 106명(63.9%)으로 '그렇지 않다'가 60명(36.1%)으로 집계되었다. 이는 음식의 종류는 배달 방식의 선택을 영향 주고 있다는 것을 입증한다.

표4-8. 음식의 종류에 의한 배달 방식 선택 여부

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇다	106	63.9	63.9
그렇지 않다	60	36.1	36.1
전체	166	100.0	100.0

표<4-9>는 설문지 응답자인 상가 주인들이 상가의 위치에 따라 배달 방식을 선택하는지 빈도분석한 값이다. 유효한 166부(N166)의 빈도분석 결과는 '그렇다'가 120명(72.3%)으로 '그렇지 않다'가 46명(27.7%)으로 집계되었다. 이는 상가의 위치는 배달 방식의 선택에 영향을 주고 있다는 것을 방증한다.

표4-9. 상가의 위치에 따라 배달 방식 선택 여부

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇다	120	72.3	72.3
그렇지 않다	46	27.7	27.7
전체	166	100.0	100.0

표<4-10>은 응답자들이 현재 운영하고 있는 상가의 위치에 대해 빈도분석한 값이다. 유효한 166부(N166)의 빈도분석 결과는 '주택구역과 밀집된 곳에 위치함'이 75명(45.2%), '도시 중심의 3km이내에 위치함'이 79명(45.2%), '도시 중심의 3km밖에 위치'이 12명(7.2%)으로 집계되었다. 이는 대부분의 상가의 위치는 주택구역과 밀집된 곳이나 도시 중심의 3km이내에 위치하고 있다는 현상을 입증한다.

표4-10. 상가의 위치

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
주택구역이 밀집된 곳에 위치함	75	45.2	45.2
도시 중심의 3km이내에 위치함	79	47.6	47.6
도시 중심의 3km밖에 위치함	12	7.2	7.2
전체	166	100.0	100.0

표<4-11>은 응답자들이 상가의 위치가 상이함에 따라 어떤 배달 방식을 선호하는지에 대해 빈도 분석한 값이다. 상가가 주택구역과 밀집된 곳에 위치할 때에는 '메이탄의 배달'이 103명(62%)으로 높은 빈도를 보인다. 도시 중심과 가까울 때에는 '메이탄의 배달'이 129명(77.7%)으로 높은 빈도를 보였고 도시 중심과 멀 때에도 '메이탄의 배달'이 121명(72.9%)으로 높은 빈도를 보였다. 상가의 위치와 상관없이 메이탄의 배달을 선호하는 것을 알 수 있다. 이로부터 상가의 위치는 배달의 종류의 선택과 관계없다는 것을 추정할 수 있다.

표4-11. 상가의 위치에 따른 배달 방식의 선택

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
주택구역이 밀집된 곳	메이환의 배달	103	62.0	62.0
	자체 배달	63	38.0	38.0
	전체	166	100.0	100.0
도시 중심과 가까울 때	메이환의 배달	129	77.7	77.7
	자체 배달	37	22.3	22.3
	전체	166	100.0	100.0
도시 중심과 멀때	메이환의 배달	121	72.9	72.9
	자체 배달	45	27.1	27.1
	전체	166	100.0	100.0



3.음식 배달 서비스 만족 현황

표<4-12>는 응답자들이 배달방식의 선택과 만족도가 관계 있는지에 대한 빈도분석한 값이다. 유효한 166부(N166)의 빈도분석 결과는 '관계 있다'가 140명(84.3%), '관계 없다'가 26명(15.7%)으로 집계되었다. 이는 배달에 대한 만족도가 배달 방식의 선택에 영향을 주고 있다는 것을 시사한다.

표4-12. 배달방식의 선택과 만족도 관계 여부

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
있다	140	84.3	84.3
없다	26	15.7	15.7
전체	166	100.0	100.0

표<4-13>은 응답자들이 현재 메이탄의 배달 서비스에 만족도를 5점 척도로 측정한 결과이다. 메이탄 배송시간의 정확에 대해서 54명(32.5%)이 '다소 만족'이라고 응답하였고 배달원이 주문건을 받으러 신속히 온다에 대해서 53명(31.9%)이 '다소 만족'이라고 응답하였다. 음식의 훼손 정도에 대해서 56명(33.7%)이 '다소 만족'을 선택하였고 주문과의 일치 정도에서도 51명(30.7%)이 '다소 만족'을 선택하였다. 또한 배달원이 배송과정에서의 태도에 대해 55명(33.1%)이 '다소 만족'이라고 답하였고 도로 이해 정도에 대해서는 60명(36.1%)이 '매우 만족'이라고 답하였다. 그리고 메이탄의 배달 서비스로 인한 고객이 가게에 대한 만족도에 대해서 52명(31.3%)이 '다소 만족'을 선택하였고 52명(31.3%)이 '매우 만족' 응답하였다. 상가들은 메이탄의 배달 서비스에 대해 전반적으로 만족스러워한다는 것을 알 수 있다.

표4-13. 메이환의 배달에 대한 만족도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
메이환 배달의 배송시간의 정확	매우 불만족	10	6.0	6.0
	다소 불만족	17	10.2	10.2
	보통	46	27.7	27.7
	다소 만족	54	32.5	32.5
	매우 만족	39	23.5	23.5
	전체	166	100.0	100.0
메이환의 배달원이 음식을 업하러 가게에 신속히 음	매우 불만족	10	6.0	6.0
	다소 불만족	16	9.6	9.6
	보통	40	24.1	24.1
	다소 만족	53	31.9	31.9
	매우 만족	47	28.3	28.3
	전체	166	100.0	100.0
메이환 배달의 음식 훼손 정도	매우 불만족	19	11.4	11.4
	다소 불만족	19	11.4	11.4
	보통	47	28.3	28.3
	다소 만족	56	33.7	33.7
	매우 만족	25	15.1	15.1
	전체	166	100.0	100.0
메이환 주문건 과의 일치 정도	매우 불만족	18	10.8	10.8
	다소 불만족	18	10.8	10.8
	보통	34	20.5	20.5
	다소 만족	51	30.7	30.7
	매우 만족	45	27.1	27.1
	전체	166	100.0	100.0
메이환 배달원 의 태도	매우 불만족	9	5.4	5.4
	다소 불만족	12	7.2	7.2
	보통	49	29.5	29.5
	다소 만족	55	33.1	33.1
	매우 만족	41	24.7	24.7
	전체	166	100.0	100.0
메이환 배달원 의 도로 사정 이해 정도	매우 불만족	5	3.0	3.0
	다소 불만족	14	8.4	8.4
	보통	42	25.3	25.3
	다소 만족	45	27.1	27.1
	매우 만족	60	36.1	36.1
	전체	166	100.0	100.0
메이환의 배달 로 인해 고객이 가게에 대한 만족도	매우 불만족	4	2.4	2.4
	다소 불만족	12	7.2	7.2
	보통	46	27.7	27.7
	다소 만족	52	31.3	31.3
	매우 만족	52	31.3	31.3
	전체	166	100.0	100.0

표<4-14>는 응답자들이 현재 자체 배달 서비스에 만족도를 5점 척도로 측정한 결과이다. 배송시간의 정확에 대해서 59명(35.5%)이 '다소 만족'이라고 응답하였고 배달원이 주문 건을 받으러 신속히 온다에 대해서 60명(36.1%)이 '다소 만족'이라고 응답하였다. 음식의 훼손 정도에 대해서 60명(36.1%)이 '다소 만족'을 선택하였고 주문과의 일치 정도에서도 57명(34.3%)이 '매우 만족'을 선택하였다. 또한 배달원이 배송 과정에서의 태도에 대해 55명(33.1%)이 '다소 만족'이라고 답하였고 도로이해에 대해서는 63명(38%)이 '다소 만족'이라고 답하였다. 그리고 자체 배달의 배달 서비스로 인한 고객이 가게에 대한 만족도에 대해서 69명(41.6%)이 '다소 만족'을 응답하였다. 상가들은 자체 배달의 서비스에 대해서도 전반적으로 만족스러워한다는 것을 알 수 있다.



표4-14. 자체 배달에 대한 만족도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
자체 배달 배송 시간의 정확	매우 불만족	2	1.2	1.2
	다소 불만족	16	9.6	9.6
	보통	44	26.5	26.5
	다소 만족	59	35.5	35.5
	매우 만족	45	27.1	27.1
	전체	166	100.0	100.0
자체 배달 배달원이 음식을 픽업하러 가게에 신속히 오	매우 불만족	6	3.6	3.6
	다소 불만족	7	4.2	4.2
	보통	53	31.9	31.9
	다소 만족	60	36.1	36.1
	매우 만족	40	24.1	24.1
	전체	166	100.0	100.0
자체 배달의 음식 훼손 정도	매우 불만족	5	3.0	3.0
	다소 불만족	15	9.0	9.0
	보통	34	20.5	20.5
	다소 만족	60	36.1	36.1
	매우 만족	52	31.3	31.3
	전체	166	100.0	100.0
자체 배달 주문 건과의 일치 정도	매우 불만족	9	5.4	5.4
	다소 불만족	10	6.0	6.0
	보통	41	24.7	24.7
	다소 만족	49	29.5	29.5
	매우 만족	57	34.3	34.3
	전체	166	100.0	100.0
자체 배달 배달원의 태도	매우 불만족	6	3.6	3.6
	다소 불만족	11	6.6	6.6
	보통	42	25.3	25.3
	다소 만족	55	33.1	33.1
	매우 만족	52	31.3	31.3
	전체	166	100.0	100.0
자체 배달 배달원의 도로사정 이해 정도	매우 불만족	2	1.2	1.2
	다소 불만족	17	10.2	10.2
	보통	32	19.3	19.3
	다소 만족	63	38.0	38.0
	매우 만족	52	31.3	31.3
	전체	166	100.0	100.0
자체 배달로 인해 고객이 가게에 대한 만족도	매우 불만족	8	4.8	4.8
	다소 불만족	10	6.0	6.0
	보통	34	20.5	20.5
	다소 만족	69	41.6	41.6
	매우 만족	45	27.1	27.1
	전체	166	100.0	100.0

표<4-15>는 고객은 불만족스러운 서비스를 받았을 때 어떤 방식으로 표현하는지에 대한 빈도분석한 결과이다. '리뷰에 나쁜 평가를 기재함'이 68명(41%)으로 가장 많았고 '리뷰에 나쁜 점수 부여함'이 61명(36.7%), '환불 요청'이 37명(22.3%)으로 나타났다.

표4-15. 불만족스러운 서비스를 받은 표현

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
리뷰에 나쁜 점수를 부여함	61	36.7	36.7
리뷰에 나쁜 평가를 기재함	68	41.0	41.0
환불 요청	37	22.3	22.3
전체	166	100.0	100.0

구체적으로 메이탄의 배달과 자체 배달이 배달로 인해 어떤 불이익을 받았는지에 대한 빈도분석은 다음 표<4-16>과 같다. 메이탄은 '가게의 평점이 하락함'이 92명(55.4%)으로 빈도가 가장 높았고 '가게의 이미지가 하락함'이 46명(27.7%), '주문 배달량이 감소됨'이 28명(16.9%)으로 집계되었다. 자체 배달은 '가게의 이미지가 하락함'이 71명(42.8%)으로 빈도가 가장 높았고 '주문 배달량이 감소됨'이 49명(29.5%), '가게의 평점이 하락함'이 46명(27.7%)으로 집계되었다.

표4-16. 나쁜 배달 서비스로 인해 받은 불이익

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
가게의 평점이 하락함	92	55.4	55.4
가게의 이미지가 하락함	46	27.7	27.7
주문 배달량이 감소됨	28	16.9	16.9
전체	166	100.0	100.0
가게의 평점이 하락함	46	27.7	27.7
가게의 이미지가 하락함	71	42.8	42.8
주문 배달량이 감소됨	49	29.5	29.5
전체	166	100.0	100.0

또한 구체적으로 메이환에 대해 어떤 개선을 원하는지에 대한 응답자의 답변에 대한 빈도분석은 다음 표<4-17>과 같다. 수수료를 낮추어야 한다고 생각하는 답변에서 '매우 필요'가 85명(51.2%)으로 빈도가 가장 높았고 배달 음식의 종류에 따라 맞춤 서비스의 제공 필요에서도 '매우 필요'가 56명(33.7%)으로 가장 높은 빈도를 나타냈다. 배달원의 전문적 교육이 필요함에 대해서는 '매우 필요'가 80명(43.3%)으로 가장 높게 집계 되었고 음식과 배달 서비스를 따로 리뷰하는 시스템이 필요함에 대해서도 '매우 필요'가 83명(45.1%)으로 빈도가 가장 높았다. 이것은 현재 메이환의 서비스에는 아직 개선할 부분이 많다는 걸 보여주고 있다. 응답자들은 아직 메이환의 배달원에 대해 더욱 높은 서비스 수준을 요구하고 있고 전문적인 교육이 필요하다고 느낀다는 것을 보여준다. 또한 아직도 배달 플랫폼에서의 리뷰 시스템이 완벽하게 구축되지 않았고 음식과 배달을 같이 리뷰하는 시스템은 상가들에게 불편함을 가져다 주었다는 것을 보여준다.

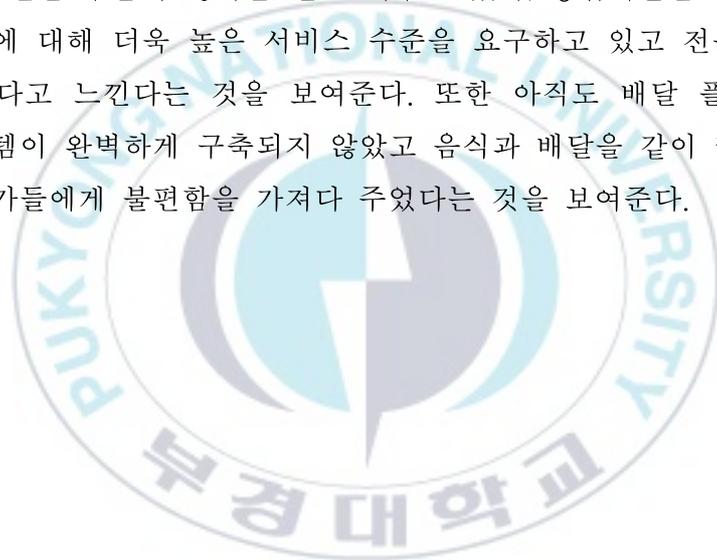


표4-17. 메이환에 대해 원하는 개선방안

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
메이환의 수 수료 조정	전혀 불필요	12	7.2	7.2
	다소 불필요	12	7.2	7.2
	보통 필요	29	17.5	17.5
	다소 필요	28	16.9	16.9
	매우 필요	85	51.2	51.2
	전체	166	100.0	100.0
음식에 종류 따른 서비스 제공	전혀 불필요	16	9.6	9.6
	다소 불필요	15	9.0	9.0
	보통 필요	41	24.7	24.7
	다소 필요	38	22.9	22.9
	매우 필요	56	33.7	33.7
	전체	166	100.0	100.0
배달원에 대한 전문적 교육	전혀 불필요	16	9.6	9.6
	다소 불필요	9	5.4	5.4
	보통 필요	32	19.3	19.3
	다소 필요	37	22.3	22.3
	매우 필요	72	43.4	43.4
	전체	166	100.0	100.0
가게와 서비스를 따라 리뷰하는 시스템	전혀 불필요	17	10.2	10.2
	다소 불필요	11	6.6	6.6
	보통 필요	36	21.7	21.7
	다소 필요	27	16.3	16.3
	매우 필요	75	45.2	45.2
	전체	166	100.0	100.0

수수료는 현재 응답자들의 가장 관심을 가지는 부분이었다. 현재 메이판과 자체 배달을 같이 사용하고 있는데 수수료의 부담을 개선해 준다면 완전히 메이판의 배달만 사용할 의향이 있는지에 대한 빈도분석의 결과는 다음 표<4-18>과 같다. 유효한 166부(N166)의 빈도분석 결과는 ‘의향 있다’가 153명(92.2%)으로, ‘없다’가 13명(7.8%)으로 집계되었다. 이는 현재 수수료의 조정이 시급하고 수수료의 부담을 개선해 준다면 대부분의 응답자들은 메이판의 배달만 사용 가능하다는 것을 입증한다.

표4-18. 메이판으로 교체 할 의향

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
있다	153	92.2	92.2
없다	13	7.8	7.8
전체	166	100.0	100.0

또한 구체적으로 메이판의 수수료 조정을 얼마 정도를 원하는지에 대한 응답자의 답변을 기술통계한 결과는 다음 표<4-19>와 같다. 메이판의 배달에 대해 원하는 조정 비율은 주문금액당 최소 0%에서 최대 20%으로 평균 8.73%으로 집계되었다. 상가들은 메이판의 배달 수수료가 10% 이하로 조정되길 원하고 있다는 것을 알 수 있다.

표4-19. 메이판의 수수료 조정 비율

	N	최소값	최대값	평균	표준편차
조정 비율	166	0%	20%	8.73%	4.634%
유효 N(목록 별)	166				

설문의 응답자들은 배달 음식의 종류에 따라 그의 특성에 의한 맞춤 서비스를 제공하기를 원했는데 구체적으로 어떤 서비스를 원하는지에 대해 질문하였다. 빈도 분석한 결과는 다음 표<4-20>과 같다. ‘배송 수요 기간을 규정함’이 52명(31.3%)으로 빈도가 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘구역

마다 일정된 배달원을 배치함'이 39명(23.5%), '배달용기를 규정함'이 33명(19.9%), '맞춤 교통 도구를 사용함'이 27명(16.3%), '음식의 종류에 따라 지정된 배달원을 규정함'이 15명(9.0%)으로 집계되었다.

표4-20. 음식에 종류에 따라 원하는 맞춤 서비스

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
지정된 배달원을 규정함	15	9.0	9.0
맞춤 교통 도구를 사용함	27	16.3	16.3
배송 수요 시간을 규정함	52	31.3	31.3
구역마다 일정된 배달원을 배치함	39	23.5	23.5
배달용기를 규정함	33	19.9	19.9
전체	166	100.0	100.0



제2절 실증분석

1. T-test 검정

선행연구에 근거하여 현재 사용되고 있는 배달 서비스는 메이탄이 많이 차지하고 있다는 것을 알수 있었다. 메이탄의 사용 비율과 자체 배달의 사용 비율이 확실한 차이가 있는지 확인하기 위해 t검정을 실시하였고 그 결과는 표<4-22>와 같다.

표4-21. 메이탄과 자체 배달 사용 비율 통계량

	평균	N	표준편차	평균의 표준오차
메이탄의 배달	73.37%	166	21.384%	1.660%
자체 배달	26.57%	166	21.417%	1.662%

표4-22. 메이탄과 자체 배달 사용 비율 t검정

	평균	표준편차	t	양측 확률
메이탄의 배달 - 자체 배달	46.795%	42.766%	14.098	<.001

분석결과 '메이탄의 배달'을 사용한다에서 평균은 73.37%, 표준편차는 21.384%이며 자체 배달의 사용비율 평균은 26.57%, 표준편차는 21.417%이다. t통계값은 14.098으로 유의확률이 <.001이므로 따라서 메이탄의 사용 비율과 자체 배달의 사용비율은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

판매되는 음식이 동일하다고 가정할 경우, 메이탄일 경우 배달에 들어가는 배달 수수료 비용은 주문금액당 평균 25.42%, 표준편차는 16.528%이며 자체 배달의 평균은 14.44%이고 표준편차는 12.200%이다. 또한 주문 금액당 배달 방식의 수수료가 비중에 차이가 있는지 확인하기 위해 t검정을 실시한 결과는 표<4-24>와 같다. 분석결과 t통계값은 10.089으로 유의확률이 <.001이므로 따라서 메이탄의 배달과 자체 배달의 주문 금액 대비 수수료 비중은 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

표4-23. 메이튀과 자체 배달의 수수료 통계량

	평균	N	표준편차	평균의 표준오차
메이튀의 배달의 주문건당 수수료	25.42%	166	16.528%	1.283%
자체 배달의 주문건당 수수료	14.44%	166	12.200%	0.947%

표4-24. 메이튀과 자체 배달 수수료 차이 t검정

	평균	표준편차	t	양측 확률
메이튀의 배달의 수수료 - 자체 배달의 수수료	10.979%	14.020%	10.089	<.001

상기 2개의 t검정을 통해 현재 메이튀의 배달과 자체 배달의 판매 금액 대비 배달 수수료 비중 역시 차이가 있고 유의미한 차이가 난다는 것을 알 수 있다.

표<4-25는> 메이튀과 자체 배달이 점심과 저녁의 배송 수요 시간을 기술통계한 값이다. 점심의 메이튀 배달 수요 시간의 평균은 27.22분이고 표준편차는 10.538이다. 자체 배달의 점심 수요 시간은 평균 27.13분이고 표준편차는 10.575이다. 저녁의 메이튀 배달 수요시간의 평균은 30.18분이고 표준편차는 12.538이다. 자체 배달의 저녁 수요 시간은 평균 28.92분이고 표준편차는 12.839이다. 이는 메이튀과 자체 배달의 배송 시간에는 크게 차이가 나지 않는 것을 보여준다. 점심과 저녁시간대에 따라 메이튀의 배달과 자체 배달의 배송시간의 차이를 알아보기 위해 t검정을 실시한 결과는 표<4-26>과 같다.

표4-25. 점심과 저녁의 배송 수요 시간

	평균	N	표준편차	평균의 표준오차
점심-메이튀	27.22	166	10.538	.818
점심-자체 배달	27.13	166	10.575	.821
저녁-메이튀	30.18	166	12.538	.973
저녁-자체 배달	28.92	166	12.839	.997

표4-26. 배송 수요 시간 차이 t검정

	평균	표준편차	t	양측 확률
점심 메이툰 - 점심 자체 배달	.096	8.815	.141	.888
저녁 메이툰 - 저녁 자체 배달	1.265	9.082	1.795	.075

분석 결과 점심시간대에 두 배달 방식의 배송 수요 시간이 차이가 있는지에 대한 t통계값은 0.141로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 저녁 시간대에 두 배달 방식의 배송 수요 시간이 차이가 있는지에 t통계값은 1.795로 10% 수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다. 즉 점심시간대에는 메이툰과 자체 배달의 배송시간은 차이가 없고 저녁 시간대에도 거의 차이가 없는 것으로 보인다. 어떤 시간대에도 메이툰의 배달을 사용하는 것이 더욱 효율적이라고 볼 수 있다.

메이툰의 배달에 대한 만족도와 자체 배달에 대한 만족도에 차이가 있는지 확인하기 위해서 두 변수 간의 평균을 비교해 보았다. 분석결과는 표 <4-28>과 같다.

첫째, '음식 훼손'에서 메이툰의 평균은 3.30, 표준편차는 1.197이며 자체 배달의 평균이 3.84, 표준편차는 1.063이다. 항목에 대한 배달 방식간의 차이를 분석한 결과 유의확률은 (<.001)으로 나타났고 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, '음식의 일치 정도'에서 메이툰의 평균은 3.52, 표준편차는 1.292이며 자체 배달의 평균이 3.81, 표준편차는 1.137이다. 분석한 결과 유의확률은 0.003(<0.05)으로 나타났고 배달 방식이 상이함에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

음식 훼손 정도 및 주문건과의 일치 정도 항목에 관한 한 자체 배달이 메이툰 보다 우위에 있음이 실증분석을 통해 입증되고 있다.

표4-27. 메이탄과 자체 배달의 만족도 통계량

	평균	N	표준편차	평균의 표준오차
메이탄의 배달 배송시간의 정확	3.57	166	1.135	.088
자체 배달 배송시간의 정확	3.78	166	.993	.077
메이탄의 배달원이 음식을 픽업하러 가게에 신속히 옴	3.67	166	1.162	.090
자체 배달 배달원이 음식을 픽업하러 가게에 신속히 옴	3.73	166	.993	.077
메이탄 배달의 음식 훼손 정도	3.30	166	1.197	.093
자체 배달의 음식 훼손 정도	3.84	166	1.063	.083
메이탄 주문건과의 일치정도	3.52	166	1.292	.100
자체 배달 주문건과의 일치	3.81	166	1.137	.088
메이탄 배달의 배달원 태도	3.64	166	1.096	.085
자체 배달의 배달원 태도	3.82	166	1.063	.083
메이탄 배달원의 도로사정 이해 정도	3.85	166	1.099	.085
자체 배달 배달원의 도로 사정 이해 정도	3.88	166	1.008	.078
메이탄의 배달로 인해 고객이 가게에 대한 만족도	3.82	166	1.034	.080
자체 배달로 인해 고객이 가게에 대한 만족도	3.80	166	1.057	.082

표4-28.메이탄과 자체 배달의 만족도 차이 t검정

	평균	표준편차	t	유의 확률
배송시간의 정확	-.163	1.213	-1.824	.070
배달원이 음식을 픽업하러 가게에 신속히 옴	-.060	1.165	-.696	.487
음식훼손 정도	-.484	1.206	-5.443	<.001
주문건과의 일치 정도	-.288	1.318	-2.965	.003
배달원의 태도	-.136	1.284	-1.436	.153
배달원의 도로사정 이해 정도	-.005	1.221	-.060	.952
배달로 인해 고객이 가게에 대한 만족도	-.011	1.232	-.120	.905

2. 일원분산분석

음식의 종류에 따라 메이탄 사용 비율에 차이가 있는지 확인하기 위해 실증분석을 실시하였다. 표<4-29>에서 보는 것과 같이 설문에 응답한 응답자들이 현재 운영하고 있는 음식점의 음식 종류를 분석해 보면, ‘중식류’가 49명으로 29.5%를 차지하였고 ‘카페’가 42명으로 25.3%, ‘양식-패스트푸드’가 38명으로 22.9%, 한식-일식류는 37명으로 22.3%를 점유하였다.

표4-29.음식의 종류

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
중식류	49	29.5	29.5
한식일식류	37	22.3	22.3
양식패스트푸드	38	22.9	22.9
카페	42	25.3	25.3
전체	166	100.0	100.0

기술통계 분석 결과를 살펴보면 메이탄의 사용 비율에서 중식류의 평균은 80.80%, 표준편차는 12.059%이다. 한식-일식류의 평균은 72.51%, 표준편차는 22.064%이다. 양식-패스트푸드의 평균은 64.26%, 표준편차는 28.550%이다. 카페의 평균은 71.33%, 표준편차는 21.060%으로 집계되었다.

표4-30. 음식의 종류에 따른 메이탄 사용 비율

메이탄의 배달					
	N	평균	표준편차	최소값	최대값
중식류	49	80.80%	12.059%	50%	99%
한식일식류	37	72.51%	22.064%	10%	98%
양식패스트푸드	38	64.26%	28.550%	10%	94%
카페	42	73.69%	19.065%	5%	95%
전체	166	73.37%	21.384%	5%	99%

집단 간에 분산의 동질성이 확보되지 않아 Welch 검정을 실시하였다. 검정결과 유의확률이 0.003(<0.05)으로 도출되었다. 음식의 종류에 따라 메

이탄 사용 비율에 유의한 차이가 있다는 것으로 해석할 수 있다.

표4-31. 음식의 종류에 따른 메이탄 사용 비율 로버스트 검정

메이탄의 배달				
	통계	df1	df2	유의확률
Welch	4.987	3	79,502	.003

음식의 종류의 집단 간 평균 차이를 세부적으로 파악하기 위해 사후검증을 실시하였다. ‘메이탄의 사용’비율에서 중식류와 양식-패스트푸드 집단 간 유의한 차이가 검정되었다. 결국 메이탄의 사용 비율 중 양식-패스트푸드가 가장 낮고 중식류가 가장 높게 나타났다.

표4-32. ‘메이탄 사용 비율’의 Games-Howell 사후검정

종속변수: 메이탄의 배달				
Games-Howell				
음식종류	음식종류	평균차이	표준오차	유의확률
중식류	한식일식류	8.282%	4.016%	.179
	양식패스트푸드	16.533%	4.941%	.008
	카페	7.105%	3.409%	.169
한식일식류	중식류	-8.282%	4.016%	.179
	양식패스트푸드	8.250%	5.883%	.502
	카페	-1.177%	4.670%	.994
양식패스트푸드	중식류	-16.533%	4.941%	.008
	한식일식류	-8.250%	5.883%	.502
	카페	-9.427%	5.487%	.323
카페	중식류	-7.105%	3.409%	.169
	한식일식류	1.177%	4.670%	.994
	양식패스트푸드	9.427%	5.487%	.323

V. 결론

제1절 연구결과

중국의 음식 배달 서비스는 최근 몇 년간 빠르게 성장하고 있다. 코로나로 인해 사람들의 식사 습관을 변화시켰고 더 많은 사람들이 음식 배달을 선택하고 있다. 본 연구는 그중 사용량이 가장 많은 배달 플랫폼 '메이똬'을 대상으로 분석을 진행하였다.

실증분석을 실시한 결과 메이똬의 배달과 자체 배달의 사용 비율은 현저한 차이가 났다. 하지만 메이똬에 대한 만족도에 대해서 대부분 불만족스럽다고 답하였다. 불만족스럽지만 메이똬의 배달을 계속하여 사용하는 가장 큰 원인은 배송시간이 만족스러운 것이다.

대부분의 상가들은 메이똬의 수수료가 부담스럽다고 생각한다. 자체 배달을 사용하는 가장 큰 원인도 메이똬의 수수료가 부담스럽다는 것이었다. 메이똬의 배달의 주문 건당 수수료와 자체 배달 주문건당 수수료의 t검정 결과 메이똬의 배달과 자체 배달을 사용했을 때의 수수료는 약 10%의 차이가 났다. 메이똬의 배달에 들어가는 수수료 비율이 높게 도출되었다. 메이똬의 수수료를 개선해 준다면 상가들은 메이똬의 배달로 바꿀 의향이 있고 판매 금액 대비약 8%로 조정되길 원하고 있다. 수수료의 조정이 앞으로 꼭 해결해야 될 문제라는 것을 알 수 있다.

또한 대부분의 상가들은 메이똬의 배달을 사용하는 원인을 배송 시간이 만족스럽다고 하였는데 배달량이 가장 많은 점심과 저녁 시간대의 배송 수요 시간을 t검정으로 분석해 본 결과(메이똬 VS 자체 배달) 점심시간대에는 차이가 나지 않았고 저녁 시간대에도 유의미한 차이가 확인되지 않았다. 상가들은 대체적으로 메이똬의 배송이 빠르다고 인식하고 있고 시간대와 상관없이 메이똬의 배달을 사용하고 있다는 것을 알 수 있다.

또한 현재 대부분의 가게의 위치는 주택구역과 밀집된 곳이거나 도시 중심으로부터 약 반경 3km 이내에 위치해 있다. 이것은 현재 메이탄의 배송 범위가 가게의 위치를 기준으로 하여 반경 3km으로 규정하것과도 관계가 있다고 본다. 하지만 가게의 위치가 어디든지 메이탄의 배달을 사용하는 것을 더욱 선호한다.

메이탄의 배달과 자체 배달의 만족도의 차이에 대해 t검정을 실시한 결과 배달과정에서의 음식의 훼손 정도, 주문 건과의 일치 정도에서 차이가 나타났다. 이것은 자체 배달의 배달원들이 배달 과정에 음식의 상태나 모양에 더욱 신경 쓰고 있고 메이탄의 배달은 배송 과정에서 시간을 더욱 우선시 여기기에 나타난 결과로 보인다.

또한 고객이 불만족스러운 서비스를 받았을 때 주로 메이탄 플랫폼에서 나쁜 평가를 남기거나 가게에게 나쁜 점수를 부여하는 형식으로 표현을 하게 된다. 그중 메이탄의 배달로 인해 불만족스러울 때에는 상가에서는 가게의 평점이 메이탄 플랫폼에서 직관적으로 볼 수 있고 자체 배달로 인해 불만족스러울 때에는 가게의 이미지가 하락한다고 알 수 있다. 이것은 현재 중국 사람들은 배달을 사용하는 동시에 배달 플랫폼에 만족도를 표현하고 배달에 대한 만족도도 중요시 여긴다는 것을 알 수 있다.

음식 종류에 따라 메이탄의 사용 비율의 차이에 대해 분석했을 때 차이가 난다고 나타났다. 중식의 메이탄 사용 비율이 가장 높았고 양식-패스트푸드류의 사용 비율이 가장 낮았다. 이것은 중식류는 배달과정에 크게 신경 쓸 요소가 없지만 양식-패스트푸드는 배송 과정에서 음식의 상태나 모양을 보존해야 할 경우가 많기에 자체 배달을 쓰는 비율이 상대적으로 높은 것으로 보인다.

제2절 연구의 시사점 및 향후 연구방향

본 연구의 시사점은 다음과 같다.

최근 몇 년간 음식 배달 서비스는 빠르게 성장했다. 음식 배달을 사용하는 주체인 고객을 상대로 많은 연구를 진행하였는데 또 다른 주체인 음식 배달을 의뢰하는 상가에 대한 연구는 거의 없었다. 메이탄 플랫폼이 더욱 발전하기 위해서는 상가의 애로요인도 살펴보아야 한다.

설문에 응해 주신 상가 주인들은 모두 메이탄의 서비스에 대해서 불만족스러워 했다. 하지만 메이탄의 사용 비율은 압도적으로 높았다. 이것은 현재 중국의 배달 이용 고객층은 대다수가 '메이탄'이란 음식 배달 플랫폼을 이용하기 때문인데 현재 시장 점유율이 가장 높은 배달 플랫폼으로써 주문율이 가장 높다. 그러기에 상가들은 더 많은 고객들에게 음식을 판매를 하고 더욱 많은 노출을 얻기 위해서는 '메이탄'플랫폼에 입점할 수밖에 없는 상황이다. 이러한 자료를 실증적으로 도출하여 현재 메이탄의 배달에 관한 연구에 큰 의미가 있다고 본다. 하지만 가장 많은 상가들이 입점하고 있는 플랫폼인 만큼 고객의 만족도도 중요하지만 상가의 만족도에도 주목을 해야한다.

또한 현재 고객은 아직도 메이탄의 배달 과정에서 문제가 생기면 1차적으로 가게의 문제로 생각하며 배달 플랫폼에서 가게에 대한 리뷰를 나쁘게 평가하는 경우가 대부분이다. 가게는 나쁜 배달로 인해 이미지를 타격을 받게 된다. 이런 나쁜 배달로 인해 손해를 받는 실정을 시사하고자 한다.

본 연구는 현재 메이탄 배달 플랫폼을 사용하고 있는 상가들이 상이한 배달 방식을 사용하는 원인을 분석하였다. 상가의 입장에서 현재 메이탄의 배달이 존재하고 있는 문제를 파악하였다. 앞으로도 다양한 각도에서 메이탄 플랫폼이 현존하고 있는 문제를 파악하고 고객의 더 나은 음식 배달 서비스를 체험하도록 해야 하며 학문적으로도 음식 배달 서비스에 대한 지속적인 연구가 필요하다.

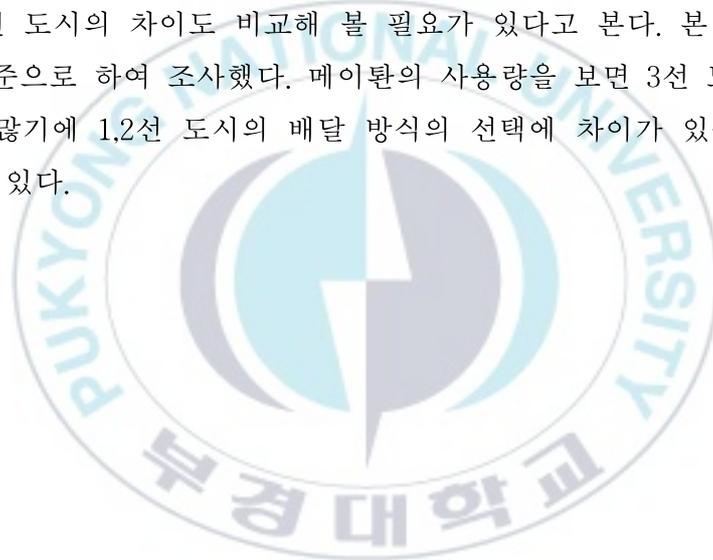
응답자들의 대부분은 수수료가 부담스럽다고 하였다. 수수료의 문제는 계속 제기되지만 실질적으로 개선되기가 힘들다. 본 연구의 분석결과에 따르면 현재 주문금액당 메이탄의 배달은 자체 배달의 수수료보다 약 10%가 높다. 이 부분은 중점으로 두고 메이탄 플랫폼이 자체적으로 낮추지 않는다면 필요시 정부의 개입도 필요하다.

음식의 종류에 따라 맞춤 서비스를 갖추길 원했는데 지금의 배달 상자는 더 이상 현재 수요를 잘 충족시킬 수 없으므로 배달 상자를 개조하고, 서로 다른 기능과 영역을 구분하고, 냉장 및 소독 기능을 추가하여 소비자의 배달 과정의 안전성과 신선도를 확실히 보장해야 한다. 또한 메이탄의 배달원에게 엄격한 전문 교육을 실시하여 직업적 소양과 서비스 수준을 향상시켜야 한다. 일정 수준의 교육을 실시하고 검사 시스템을 개선 및 최적화하며 검사 시스템에서 서비스 수준, 서비스 품질 비율을 높혀 나가야 한다. 배송 인원 관리를 강화하는 것은 '벌금'으로만 구속할 수 없고 일정 기간 누적된 배송 자격 취소, 특정 지역 배송 자격 제한 등 다양한 조치를 추가해야 한다. 고객의 만족도를 높이고 플랫폼 평판 축적의 토대를 마련하기 위해 다양한 측면을 활용해야 한다. 그리고 현재 메이탄의 배송 범위는 상가의 위치를 기준으로 하여 반경 3km로 규정되었다. 배송 범위를 더 넓힐 필요가 있다. 구역마다 배달원을 규정을 하는 등 배송 범위밖에 벗어나 배달을 하지 못하는 상황은 없어야 한다. 또한 메이탄 플랫폼의 리뷰 방식을 개선해야 한다. 지금은 음식 가게만 대해서 평가를 할 수 있고 배달 서비스에 대해 따로 평가할 수 없다. 가게의 음식에 대한 평가 배달 서비스에 대한 평가를 따로 하는 시스템을 구축해야 한다.

제4절 연구의 한계점

현재 메이환을 사용하는 상가가 대부분이고 앞으로도 그럴 것이라고 보인다. 본 연구는 메이환을 사용하는 상가들이 생각하는 배송 문제에 초점을 두었지만 실제로 메이환의 배달의 문제에 대한 연구는 여전히 부족한 실정이다. 그러기에 설문조사의 문항 숫자가 많지 않았다. 향후의 지속적인 연구가 필요할 것이다.

또한 설문조사를 진행한 지역이 제한되어 한 지역밖에 못하였는데 1선 도시나 2선 도시의 차이도 비교해 볼 필요가 있다고 본다. 본 연구는 3선 도시를 기준으로 하여 조사했다. 메이환의 사용량을 보면 3선 도시가 1,2선 도시보다 많기에 1,2선 도시의 배달 방식의 선택에 차이가 있는지도 조사할 필요가 있다.



참고문헌

- 부우가. (2021). 배달서비스산업의 서비스품질이 고객만족 및 재사용 의도에 미치는 영향. 한양대학교 대학원. 석사학위논문
- 원희연.(2021). 중국의 음식 배달 앱에 관한 소비자 만족도 연구. 동국대학교 대학원. 석사학위논문.
- 윤성환. (2017). 중국 O2O 비즈니스 소비자의 이용의도와 영향요인에 관한 연구: 음식배달 모바일 어플리케이션을 중심으로. 현대중국연구, 19(3), 559-605.
- 조미나, 이진희. (2021). 음식점 점주의 모바일 배달 앱 이용 경험에 관한 현상학적 연구. 관광학연구, 45(2), 53-76.
- 한국소비자원.(2019). 배달서비스 플랫폼(앱) 소비자문제 실태조사.
- 황성수, 이시은, 김동진. (2020). 음식 배달대행 서비스에 대한 탐색적 연구: 외식업주의 만족도와 이용의도에 미치는 영향요인. 호텔관광연구, 82(0), 147-158.
- 丁艳慧.(2018).美团外卖配送模式选择研究(硕士学位论文,南京大学).
- 龚心怡,苏燕欣,滕明宏,钱永贵.(2019).当前外卖配送模式中的问题及对策分析.中国商论(03),32-33.
- 李猛.(2019).餐饮外卖行业发展中存在的问题及其对策.现代食品(21),62-64+76.
- 孙安然.(2021).美团外卖物流服务质量提升研究(硕士学位论文,河北科技大学).
- 孙文婷.(2020).“美团外卖”商业模式发展前景分析.合作经济与科技(15),94-96.
- 汤梓钰,张桓森.(2022).美团外卖物流订单配送现状、问题及对策.全国流通经济(21),26-28.
- 游佳.(2017).餐饮外卖平台配送模式研究.现代商业(26),11-12.

左丽丽, 赵兴雷.(2021).外卖企业配送模式的问题及提升策略探究——以美团外卖为例.经营与管理(09),54-58.

참고 사이트

中华人民共和国统计局

中国饭店业协会

CNNIC



부록

통계법 33조(비밀의 보호)에 의거하여 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

『중국의 음식배달 서비스 배달방식의 유형과 선택에 관한 연구』

안녕하십니까?

저는 국립부경대학교 국제통상물류학과 대학원생 JIN ZHIYUAN 입니다. “중국의 음식배달 서비스 배달방식의 유형과 선택에 관한 연구”란 주제로 작성하고 있는 학위논문을 위해서 본 설문을 받습니다.

본 설문지를 통해 수집된 자료는 무기명으로 처리 될 것이며 설문지에 응답하신 내용은 연구자료로만 사용될 것입니다.

귀하의 응답결과는 본 연구의 중요한 자료가 되오니 평소 느끼신 대로 솔직하게 빠진 문항 없이 답변해주시길 바랍니다.

바쁘신 와중에도 설문에 응해주셔서 대단히 고맙습니다.

2022년 9월

연구책임자 : JIN ZHIYUAN
국립부경대학교 국제통상물류학과 대학원학생

I. 음식배달서비스 이용에 관한 질문입니다

1. 현재 사용하고 있는 배달 방식은 어떤것입니까?

- ① 메이탄의 배달 ()%
 - ② 자체 배달 ()%
- (합계 100%)

1-1. 현재 메이탄의 배달서비스에 대해 만족하십니까?

- ① 매우 만족
- ② 다소 만족
- ③ 보통이다
- ④ 다소 불만족
- ⑤ 전혀 불만족

1-2. 메이탄의 배달을 사용하는 가장 큰 원인은 다음 중 무엇입니까?(하나만 선택)

- ① 메이탄의 수수료가 부담스럽지 않다
- ② 배송시간이 만족스럽다
- ③ 배달 음식이 커피나 피자등 배달하는 과정에 신경을 써야 할 음식이다
- ④ 상가의 위치가 주택과 가깝거나 배달량이 많은 위치에 있다
- ⑤ 메이탄의 서비스가 충분히 만족스럽다.
- ⑥ 기타()

1-3. 자체 배달을 사용하는 가장 큰 원인이 어떤것입니까? (하나만 선택)

- ① 메이탄의 수수료가 부담스럽다
- ② 자체 배달의 배달속도가 메이탄의 배달보다 신속하다.
- ③ 배달 음식이 커피나 피자등 배달하는 과정에 신경을 써야 할 음식이다
- ④ 상가의 위치가 주택과 가깝거나 배달량이 많은 위치에 있다
- ⑤ 자체 배달서비스가 충분히 만족스럽다.
- ⑥ 기타()

2. 메이탄의 수수료가 부담스럽습니까?

- ①매우 그렇다
- ②다소 그렇다
- ③보통이다
- ④다소 그렇지 않다
- ⑤그렇지 않다

2-1 현재 하루 매출이 얼마정도 됩니까?

()위안

2-2 판매되는 음식이 동일하다고 가정할 경우, 주문 한건당 배달에 들어가는 배달비용이 주문금액 평균의 얼마 정도 됩니까?

메이탄의 경우 주문금액의 약 ()%

자체 배달의 경우 주문금액의 약 ()%

3. 아래 문항의 해당되는 답항에 체크해주세요

지난 일주일간 아래의 시간대에 메이탄의 배달이 빠릅니까 아니면 자체 배달이 빠릅니까?

점심 11:00-13:00	메이탄의 평균 배송시간 약()분
	자체 배달의 평균 배송시간 약()분
저녁 17:00-20:00	메이탄의 평균 배송시간 약()분
	자체 배달의 평균 배송시간 약()분

4. 배달종류를 선택 할 때에는 음식의 종류(커피나 피자등 배달에 신경써야 할 음식들)에 따라 결정됩니까?

- ①그렇다
- ②그렇지 않다

4-1 현재 제작하는 음식은 무엇입니까? (해당되는 항에 모두√해주세요)

- 중식 한식 양식
- 일식 찜,탕,찌개 패스트푸드
- 카페,디저트

5. 배달종류의 선택에는 상가의 위치에 따라 결정되니까?(백리성을 도시중심으로 기준한다면)

- ①그렇다
- ②그렇지 않다

5-1. 현재 가게의 위치는 어디에 있습니까?

- ①주택구역이 밀집된 곳에 있다
- ②도시 중심으로 부터 약 반경 3km이내에 있다
- ③도시 중심으로 부터 약 반경 3km밖에 있다

5-2. 가게의 위치가 주택구역이 밀집된 곳에 있을 때 어떤 배달방식을 사용하는 것이 더욱 경제적입니까?

- ①메이탄의 배달
- ②자체 배달

5-3. 가게의 위치가 도시중심과 가까울 때 어떤 배달방식을 사용하는 것이 더욱 경제적입니까?

- ①메이탄의 배달
- ②자체 배달

5-4. 가게의 위치가 도시중심과 멀 때 어떤 배달방식을 사용하는 것이 더욱 경제적입니까?

- ①메이탄의 배달
- ②자체 배달

II. 음식배달서비스 관련 만족도 조사

1. 배달종류의 선택에는 고객의 만족도와 관계있습니까?

- ①관계 있다
- ②관계 없다

2. 다음은 **메이탄**의 만족도에 관한 질문입니다.

질문내용	매우 불만족	보통	매우 만족		
메이탄 배달을 사용할 때 약속된 시간에 맞춰 배송하는 것에 만족하십니까? (배송시간의 정확)	①	②	③	④	⑤
메이탄 배달을 사용할 때 배달원이 주문을 받은후 가게에 배달품을 찾으러 오는 데에 걸리는 시간에 대해 만족하십니까? (메이탄 배달원이 주문건의 배달품을 받으러 신속히옴)	①	②	③	④	⑤
메이탄 배달을 사용할 때 고객이 물건을 받은 후 포장에 일그러짐이나 훼손 된 경우에 대해 만족하십니까? (포장 또는 음식 훼손의 정도)	①	②	③	④	⑤
메이탄 배달을 사용할 때 고객이 물건을 받은 후 원래의 내용물과 다르거나 수량의 차이가 있는 경우에 대해 만족하십니까? (내용물의 수량, 주문과의 일치정도)	①	②	③	④	⑤
메이탄 배달을 사용할 때 배달원의 태도에 대해 만족하십니까? (배달원이 배송과정에서의 태도)	①	②	③	④	⑤
메이탄 배달원이 배달할 때 도로 사정에 대한 이해정도에 대해 만족하십니까? (메이탄 배송원의 도로사정 이해정도)	①	②	③	④	⑤
메이탄의 배달서비스로 인해 고객의 가게에 대한 이미지에 대해 만족하십니까? (메이탄 배달서비스로 인해 고객의 가게에 대한 만족도)	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 자체 배달의 만족도에 관한 질문입니다.

질문내용	매우 불만족	보통	매우 만족		
자체 배달을 사용할 때 약속된 시간에 맞춰 배송하는 것에 만족하십니까? (배송시간의 정확)	①	②	③	④	⑤
자체 배달을 사용할 때 배달원이 주문을 받은 후 가게에 배달품을 찾으러 오는 데에 걸리는 시간에 대해 만족하십니까? (메이탄 배달원이 주문건의 배달품을 받으러 신속히움)	①	②	③	④	⑤
자체 배달을 사용할 때 고객이 물건을 받은 후 포장에 일그러짐이나 훼손 된 경우에 대해 만족하십니까? (포장 또는 음식 훼손의 정도)	①	②	③	④	⑤
자체 배달을 사용할 때 고객이 물건을 받은 후 원래의 내용물과 다르거나 수량의 차이가 있는 경우에 대해 만족하십니까? (내용물의 수량, 주문과의 일치정도)	①	②	③	④	⑤
자체 배달을 사용할 때 배달원의 태도에 대해 만족하십니까? (배달원이 배송과정에서의 태도)	①	②	③	④	⑤
자체 배달 배달원이 배달할 때 도로 사정에 대한 이해정도에 대해 만족하십니까? (메이탄 배송원의 도로사정 이해정도)	①	②	③	④	⑤
자체 배달의 배달서비스로 인해 고객의 가게에 대한 이미지에 대해 만족하십니까? (메이탄 배달서비스로 인해 고객의 가게에 대한 만족도)	①	②	③	④	⑤

4. 고객이 불만족스러운 서비스를 받았을 때 이를 어떤 방식으로 표현합니까? (한개만 선택)

- ①배달플랫폼의 리뷰에 나쁜 점수를 부여한다
- ②배달플랫폼의 리뷰에 나쁜 평가를 기재한다
- ③고객이 직접 환불 요청을 한다

5. 혹시 메이탄 배달의 배달과정으로 인해 어떤 불이익이 있었습니까? (한개만 선택)

- ①메이탄 어플에서의 가게 평점의 하락
- ②가게의 이미지 하락
- ③가게의 주문배달량의 감소

5-1 혹시 자체 배달의 배달과정으로 인해 어떤 불이익이 있었습니까? (한개만 선택)

- ①메이탄 어플에서의 가게 평점의 하락
- ②가게의 이미지 하락
- ③가게의 주문배달량의 감소

6. 메이탄의 배달 방식에 대해 어떤 개선을 원합니까?

질문내용	조금 필요	보통 필요	매우 필요		
메이탄의 수수료를 낮추어야 한다.	①	②	③	④	⑤
배달음식의 종류에 따라 그의 특성에 의한 맞춤 배달서비스가 필요하다.	①	②	③	④	⑤
배달원에 대한 전문적 교육이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
음식과 배달의 리뷰를 따로 평가하는 시스템이 필요하다.	①	②	③	④	⑤

7. 메이탄의 배달 수수료 조정을 원한다면 주문금액당 ()%를 지불 할 의향이 있습니까?

8. 현재 사용하는 배달 방식이 자체 배달이시라면 메이탄에서 수수료 부담을 개선을 해준다면 메이탄의 배달로 교체할 의향이 있으십니까?

- ①있다
- ②없다

9. 배달음식의 종류에 따라 맞춤서비스를 원하신다면 어떤 맞춤서비스를 원하십니까? (하나만선택)

- ①음식의 종류에 따라 지정된 배달원들을 규정
- ②음식의 종류에 따라 맞춤 교통도구를 사용
- ③음식의 종류에 따라 배송 수요 시간을 규정
- ④구역마다 일정된 배달원을 배치
- ⑤배달과정에 사용되는 배달용기를 지정

응답자의 일반현황

연령	만()세
성별	①남성 ②여성
학력	①중졸 ②고졸 ③대졸④대학원재학이상
동종업종 근무경력	()년()개월
월 평균소득	()위안
종업원수	()명

귀중한 시간을 내어 설문에 응해 주신 귀하께 진심으로 감사드립니다.

据统计法第33条规定（保密条令）本调查所有信息
都将严格保密.

『中国餐饮外卖服务外卖方式类型与选择研究』

您好？

我是国立釜庆大学国际通商物流系研究生金智元，现为我撰写的题为《中国餐饮外卖服务外卖方式类型与选择研究》的学位论文来调查本问卷。

您的坦率和真诚的回答将使我的研究受益匪浅，感谢您的真诚答复。本问卷预计大约需要5分钟来进行作答。

2022年9月

研究负责人：金智元

所属：国立釜庆大学国际通商物流系

I. 关于使用送餐服务的问题

1. 目前使用的送货方式是什么？

- ①美团外卖 () %
 - ② 自行配送 () %
- (合计100%)

1-1. 你对目前美团的外卖服务满意吗？

- ①很满意
- ②满意
- ③一般
- ④不满意
- ⑤很不满意

1-2. 使用美团外卖最主要的原因是以下哪一项（只选一项）？

- ①美团佣金无负担
- ②送货时间满意
- ③要送的外卖食物是咖啡或披萨等配送过程中需要注意的种类
- ④店铺位置靠近住宅或在外卖量大的位置
- ⑤对于美团服务足够满意。
- ⑥其他 ()

1-3. 使用自行配送最主要的原因是什么？（仅选择一个）

- ①美团佣金成负担
- ②自行配送的送的速度比美团外卖迅速
- ③要送的外卖食物是咖啡或披萨等配送过程中需要注意的种类
- ④商铺位置靠近住宅或在外卖量大的位置
- ⑤对于自行配送服务充分满意
- ⑥其他 ()

2. 美团的佣金使您觉得负担吗？

- ①非常如此
- ②多少是这样
- ③一般
- ④多少不是那样
- ⑤不是

2-1现在每天的销售额是多少？

() 元

2-2

假设销售的食物相同，每单订单在外卖上花费的配送费用是订单金额的多少？

美团配送约占订单金额的 () %。
自行配送货约占订单金额的 () %。

3. 请回答下面的问题

过去一周在下面的时间段，美团外卖快还是自行配送快？

中午11:00-13:00	美团平均配送时间约()分钟
	自行配送的平均配送时间约()分钟。
晚上17:00-20:00	美团平均配送时间约()分钟
	自行配送的平均配送时间约()分钟。

4. 选择外卖种类时，根据食物的种类（咖啡或披萨等外卖时需要注意的食物）来决定吗？

- ①是的
- ②不是

4-1 目前制作的食物是什么？（请在所有适用项√）

- 中式
- 韩餐
- 西餐
- 日食
- 汤、炖菜
- 快餐
- 咖啡，甜点

5. 外卖种类的选择是否取决于商家的位置（如果以百里城为城市中心为标准）？

- ①是的
- ②不是

5-1 目前店铺的位置在哪里？

- ①处于住宅区密集区
- ②距离城市中心约半径3公里以内
- ③距城市中心约半径3公里外

5-2 门店位置在住宅区密集区时，采用哪种外卖方式更划算？

- ①美团外卖
- ②自行送货

5-3 门店位置靠近城市中心时，采用哪种外卖方式更划算？

- ①美团外卖
- ②自行送货

5-4 门店位置远离城市中心时，采用哪种外卖方式更划算？

- ①美团外卖
- ②自行送货

II 餐饮外卖服务相关满意度调查

1. 配送种类的选择与顾客的满意度有关系吗？

- ①有关系
- ②没有关系

2. 以下是关于美团满意度的问题：

问题内容	很不满意	一般	非常满意		
在使用美团外卖时，您对按照约定的时间配送送达满意吗？ (送货时间的准确)	①	②	③	④	⑤
使用美团外卖时，您对外卖员接单后到店取外卖所需时间满意吗？ (美团外卖员迅速前来领取订单上的外卖)	①	②	③	④	⑤
在使用美团外卖时，对于顾客收货后包装出现畸损毁的情况是否满意？ (包装或食物损坏程度)	①	②	③	④	⑤
在使用美团外卖时，对于顾客收货后与原外卖不同或数量有差异的情况是否满意？ (外卖的数量，与订单的匹配程度)	①	②	③	④	⑤
在使用美团外卖时，您对外卖员的态度是否满意？ (配送员在配送过程中的态度)	①	②	③	④	⑤
对于美团外卖员外卖时对路况的了解程度是否满意？ (美团配送员对路况的了解程度)	①	②	③	④	⑤
因为美团的外卖服务，顾客对店铺的形象满意吗？ (美团外卖服务让顾客对店铺的满意度)	①	②	③	④	⑤

3. 以下是关于自行配送满意度的问题。

问题内容	很不满意	一般	非常满意		
在使用自行配送时，您对按照约定的时间配送送达满意吗？ (送货时间的准确)	①	②	③	④	⑤
使用自行配送时，您对外卖员接单后到店取外卖所需时间满意吗？ (美团外卖员迅速前来领取订单上的外卖)	①	②	③	④	⑤
在使用自行配送时，对于顾客收货后包装出现畸损毁的情况是否满意？ (包装或食物损坏程度)	①	②	③	④	⑤
在使用自行配送时，对于顾客收货后与原外卖不同或数量有差异的情况是否满意？ (外卖的数量，与订单的匹配程度)	①	②	③	④	⑤
在使用自行配送时，您对外卖员的态度是否满意？ (配送员在配送过程中的态度)	①	②	③	④	⑤
对于自行配送外卖员外卖时对路况的了解程度是否满意？ (美团配送员对路况的了解程度)	①	②	③	④	⑤
因为自行配送的外卖服务，顾客对店铺的形象满意吗？ (美团外卖服务让顾客对店铺的满意度)	①	②	③	④	⑤

4. 当客户收到不满意的服务时，如何表达？(仅选择一个)

- ①给外卖平台上的评论打差分
- ②在外卖平台的评论中填写差评
- ③顾客直接提出退款要求

5.因美团外卖配送服务，给您带来了哪些不利因素？（仅选择一个）

- ①店铺在美团软件上评分的下降
- ②店铺形象下降
- ③门店订单量的减少

5-1因自行配送的配送服务，给您带来了哪些不利因素？（仅选择一个）

- ①店铺在美团软件上评分的下降
- ②店铺形象下降
- ③门店订单量的减少

6. 对于美团的外卖方式，你希望做哪些改进？

问题内容	需要一点	一般需要	非常需要		
应该降低美团的佣金	①	②	③	④	⑤
根据外卖食物的种类，需要根据他的特点提供定制的外卖服务	①	②	③	④	⑤
需要对送货员进行专业培训	①	②	③	④	⑤
需要有一个单独评价餐饮和外卖评论的系统	①	②	③	④	⑤

7.如果您希望美团调整外卖佣金，你愿意支付每订单金额的（ ）%？

8.如果你现在使用的外卖方式是自带外卖，那么如果美团给你改善佣金负担，你愿意换成美团外卖吗？

- ①愿意
- ②不愿意

9.如果您想要外卖有定制服务，您想要什么样的定制服务呢？（只选择一个）

- ①根据食物的种类规定指定的送餐员
- ②根据食物种类使用指定交通工具
- ③根据食物种类规定配送需求时间
- ④每个区域安排固定的配送员
- ⑤指定各个食品种类在配送过程中使用指定的配送容器；

受访者的一般情况

年龄	() 周岁
性别	①男性 ②女性
学历	①初中学历 ②高中学历 ③大学学历④在读研究生以上
同行业工作经历	()年()个月
月平均收入	()元
员工人数	()名

衷心感谢您抽出宝贵的时间参加我们的调查。



감사의 글

2년 동안의 석사과정을 무사히 마무리 짓게 해준 모든 분들께 감사의 뜻을 전하고자 합니다. 대학원 생활을 하면서 전공지식과 연구를 하는 방법에 대한 공부를 할 수 있었습니다. 그중에서도 석사학위 논문을 쓰면서 제가 하고자 하는 연구를 더욱 깊이 있게 알게 되었고 실태와 존재하고 있는 문제들을 더욱 가까이서 볼 수 있어서 저에게는 보다 소중한 학습 기회였습니다.

논문 주제의 선정을 지지해주고 논문의 완성까지 이끌어 주신 조찬혁 지도교수님께 진심어린 감사를 드립니다. 많이 부족하지만 항상 응원해주시고 논문 발표와 학회에서의 발표까지 용기 있게 해낼 수 있었습니다.

저의 유학과정을 아낌없이 지원해주신 부모님께 감사를 전합니다. 제가 학업에 몰두할 수 있도록 무한한 사랑과 응원을 주시고 이러한 부모님의 은혜를 잊지 않고 사회에서 필요로 하는 훌륭한 인재가 되고 앞으로 보답해 드리고 싶습니다.

음식 배달 서비스의 실태 및 문제에 대해 논문에 그려내고자 사전인터뷰와 설문지 조사를 진행 하였는데 바쁜 와중에 적극적으로 조사에 참여해주신 음식 점주분들 한 명 한 명에게도 감사드립니다. 또한 설문조사를 함께 도와준 저의 친구들에게도 감사의 인사를 전하고 싶습니다.

같이 수업을 듣고 함께 공부하며 발전해온 대학원생 동기 선생님들께 감사드립니다. 연구에 대한 토론과 문제를 공유하면서 더욱 많은 지식을 습득할 수 있었고 좋은 시간들을 가질 수 있었습니다. 또한 석사과장에서 많은 부분을 도와주신 조교선생님에게도 감사의 인사를 전합니다.

마지막으로 제가 석사과정에서 기쁠 때나 슬플 때나 함께해 준 변관욱님에게 감사의 인사를 올립니다. 항상 응원해 주고 힘이 되주었고 저에게 버팀목이 되어주어서 석사과정을 잘 마무리할 수 있었습니다. 석사과정은 졸업을 하였지만 앞으로는 학문을 연장하여 박사과정의 길을 걷고 싶습니다.

더욱 다양한 연구도 진행하고 더욱 폭넓고 유용한 연구를 하고 싶습니다.
저의 곁에서 함께해 주신 모든 분들께 다시 감사를 올리며 글을 줄이겠습니다.

