

I. 서 론

근로자들의 복지에서 중요한 부분으로 차지하는 급식제공은 근로여건의 일부로 인식되고 있으며, 단순한 식사제공의 수준을 넘어 근무만족에 영향을 미치는 중요한 요소로 인식되고 있다. 이에 종사원들의 작업능률을 높이고 노동이동방지, 정착화에 기여하기 위함으로 급식의 제공은 중요한 부분으로 차지하고 있다(이명해 등, 1993). 또한 급식은 근로자들의 체력 관리에 영향을 미치며 노동력 재생산이라는 차원에서 근로자들에게 필요한 영양소 공급의 중요성이 강조되고 있다. 급식대상자가 더 이상 확보 고객이 아니라 언제든지 다른 식당으로 옮겨 갈 수 있는 고객이라는 점을 인식한 단체급식 현장에서는 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 선택속성과 서비스를 적극적으로 도입하기 위한 노력이 필요하다(이해영, 2004). 단체급식시장은 각 기업의 경영합리화와 업종 전문화의 추세에 따라 근로자 급식의 전문 위탁이 확대되고 있으나, 급식운영형태가 어떠한 형태인가 보다 급식소의 직접 고객은 근로자들이므로 근로자들이 만족하는 급식을 제공하는 것이 가장 중요하며, 단체급식의 효율적인 운영을 위해서는 고객들의 선택속성과 만족에 초점을 두고 급식소의 장·단점을 객관적으로 파악하고, 지속적인 노력과 관심을 가져야한다.

경제수준의 향상과 상업성 급식소 이용 빈도 증가, 세계화로 인한 다양한 음식에 대한 요구 증가, 미각 뿐 아니라 시각적 만족에 대한 요구 증가로 고객의 요구에 부응하기 위해 단체급식 식당에서는 신 메뉴개발 및 각종 이벤트를 시행하는 등 다양한 운영 방식으로 고객 확보 유지에 대한 서비스의 질적 향상이 불가피하게 되었다. 그동안 단체급식 선택속성의 만족도와 관련한 연구가 많이 이루어져 왔지만, 본 연구는 기존 선행연구와는 달리 고객들이 기대하는 단체급식 식당의 선택속성에 대한 사전적 기대 중요도와 지각한 만족도 간의 차이가 재방문의도 및 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지 파악하여, 단체급식 식당의 수익성 개선에 힘쓰는 관계자들에게 유용한 정보를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 단체급식의 개념과 현황

단체급식이란 학교, 공장, 산업체, 병원, 기숙사, 후생기관 등에서 특정한 사람들을 대상으로 계속적인 음식을 공급하는 것을 말하며, 식품위생법 제2조 9항에서는 “영리를 목적으로 하지 않고 계속적으로 다수인에게 음식을 제공하는 기숙사, 학교, 병원 기타 후생기관 등의 급식시설로서 대통령령이 정하는 것”으로 정의한다. 조정숙(2007)에 의하면, 단체급식의 목적은 외식업인 일반 음식점이나 레스토랑과 달리 영양개선이고, 이 목적을 달성하기 위해서 단체급식을 이용하는 고객들에게 기호도 조사를 하고 선호하는 음식과 영양 있는 음식을 모두 섭취하여 즐거운 생활과 건강을 유지하도록 하기 위함이 목적이라고 한다. 단체급식의 운영형태는 직영, 위탁, 임대 세 가지로 나뉜다. 직영급식은 소속 구성원들을 위해 급식소를 직접 운영하는 형태이고, 임대는 기관에서 요구하는 조건에 부합하는 경영을 원칙으로 하여 급식시설 일부를 임대업자에게 빌려주고 기관이나 기업은 계약된 임대료를 받는 형태이다. 위탁은 전문 업체에서 위탁을 의뢰한 기관과 계약을 통해 급식업무 일부 또는 전부를 대행하는 형태이다. 위탁 운영의 종류로는 경영위탁, 임대위탁, 용역위탁으로 나눌 수 있으며 의뢰하는 기관 특성에 따라 계약을 하고 적절한 이윤을 추구하는 방법으로 계약하여 운영을 한다. 급식 대상별 유형으로는 학교급식, 병원급식, 산업체급식, 사회복지시설급식, 영유아 보육시설 급식, 군대급식, 기타 급식시설 등으로 나눌 수 있다. 국내 전체 급식시장의 규모는 1997년에는 약 2조 5천억 원의 규모였으나, 그 후 꾸준히 증가 하여 2000년 말 기준으로 약 5조 6천억 원으로 5년 사이 50%이상 증가되었다. 이중 위탁급식 시장규모는 1조 6천 6백으로, 전문 위탁업체에 위탁하는 비율이 해마다 증가하고 있다. 급식의 질적 개선을 쟁점화 함에 따라 기업들은 경영개선의 차원에서 위탁급식을 고려하게 되었다.

2. 단체급식 식당의 선택속성 및 선행연구

급식산업에서의 소비자의 선택속성은 음식(메뉴)에만 국한된 것이 아니라 제공되고 있는 시설 환경, 종업원의 친절도, 서비스 환경, 위생상태, 안전관리, 이벤트 및 식단(저 열량, 저 나트륨, 다이어트식) 등 다양하다(손은수·정미화·이종호, 2015). 소비자의 선택이라는 개념에 초점을 맞춰 논의해보면, 외식의 경우에는 소비자가 어떤 음식을 선택할 것인가에 대한 고민이 결국 어떤 식당을 선택할 것인가에 직면하게 되지만, 단체급식 식당의 경우는 음식의 양과 질, 급식시설 및 환경, 종업원의 친절도, 위생상태, 이벤트 및 건강 식단 등 소비자의 선택에 의해 고려하게 되는 속성에 차이를 보이게 된다.

1) 급식의 품질과 서비스

품질이란 제품이나 서비스에 대해 고객의 다양한 요구사항과 기대에 부응하는 생산, 기술 및 마케팅에 대한 전체적인 특성이다. 급식에 있어 품질은 음식에 있어서의 품질과 조합시킨 식사로서의 품질로 나뉜다. 음식의 품질은 양과 질 (맛, 온도, 색, 질감)에 의해 평가되고, 식사의 품질은 음식을 조합시켰을 때의 양, 맛, 색의 균형, 식판에 놓인 식기나 식당환경도 함께 평가된다(이미진, 1995). 급식소의 품질과 서비스는 급식 기업의 생존을 위한 필수적인 요소이다. 양질의 급식서비스란 음식과 서비스의 두 가지 측면에서 고객들이 기대하는 수준을 만족 시킬 수 있도록 함을 의미하며(양일선, 1996), 모든 종류의 산업에 있어서 경쟁을 이기고 성공 할 수 있는 주된 요인은 고객 중심 서비스를 얼마나 철저하게 실현 시켰는가에 달려있다. 급식산업에서 고객이 접할 수 있는 서비스 영역은 음식에만 국한된 것이 아니며, 음식 이외 서비스를 제공하는 종업원의 태도와 대기시간 및 여러 가지 환경에 이르기까지 다양한 것을 인지해야한다. 급식소 이용고객은 음식뿐만 아니라 이용의 편리함, 서비스의 신속성과 품질, 영양정보 등에 관심을 가지고 있으며, 이러한 서비스 속성들은 단체급식에 중요한 영향을 미치고 있다고 보고하고 있다(Green, 1993). 이렇듯 품질과 서비스는 기업이 경쟁적 우위를 차지하기 위해 선택하는 요소가 아니라 기업의 생존을 위한 필수적인 요소이다. 단체급식 식당을 이용하는 고객들의 요구도가 증가함에 따라 고객 중심적 품질과 서비스로 전환해야할 필요성이 있다.

2) 급식시설 및 환경

급식소의 시설은 공간 접근성과 편의성, 청결성 등의 물리적 환경요인에 의해 고객만족과 방문의도에 영향을 미치는 주요한 변수로 여겨지고 있다(Mehrabuian & Russell, 1974). 공조환경인 식당의 전반적인 색상, 조명, 온도, 공간, 소음, 냄새, 음악과 같은 요소들이 고객의 오감에 영향을 줄 수 있는 요소로서 고객의 환경에 대한 반응 뿐 아니라 기각에 영향을 미친다고 할 수 있다(박창식, 2007).

3) 위생관리 및 안전관리

단체급식에서 위생관리란 안전한 음식을 고객에게 제공하기 위한 중요한 관리업무라고 할 수 있다. 위생관리에 자칫 소홀하면 단체 식중독을 일으킬 수 있으므로 체계적이고 집중적인 위생관리를 통해 식중독 예방을 하고 철저하게 안전성을 고려해야 한다. 철저한 위생관리를 통하여 식중독으로 인한 경제적인 손실을 줄이기 위해 최근에는 단체 급식소에 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) ‘식품위해요소중점관리기준’ 적용이 제도화됨에 따라 위생관리의 중요성이 커지고 있다.

단체 급식소에서 위생관리 만큼 중요하게 생각해야 할 관리는 안전관리이다. 단

체급식소 역시 미끄러운 바닥, 협소한 조리실, 뜨거운 조리기구와 음식 등으로 인해 작업하기에 열악한 환경으로 조리종사자는 항상 안전사고의 위험에 노출되어 있다. 급식소에서의 안전관리란 급식업무 전 과정에서 사고와 재해를 방지하여 급식시설과 종사원 및 고객을 불의의 사고로부터 보호하고, 안전한 작업환경을 유지하기 위해 반드시 필요한 예방 작업이다(Kwak 등 2008).

4) 급식 이벤트 및 그 외 선택속성

단체급식에서 이벤트의 정의는 단체급식의 고루함에서 벗어나 음식의 맛과 건강은 물론이고, 무형의 가치 등 고객의 다양한 욕구를 충족시키기 위하여 특별한 날 기념이 되기 위한 색다른 메뉴와 분위기를 제공하는 것이라 하였다(강진경 2002). 특별한 날 기존의 급식과 차별화된 서비스 품질(메뉴, 운영, 환경, 서비스)을 제공하고 제공자와 참여자의 상호적인 의사소통으로 고객들에게 즐거움을 제공하는 행사라고 할 수 있다. 급식소에 대한 이미지 개선 등 평소 경험하지 못한 급식소의 식상함을 개선할 수 있고, 고객들의 이벤트 참여가 수준 높은 급식의 품질과 고객의 만족도 개선에 기여 할 수 있어 급식소에서 지속적인 이벤트 실행이 중요하다고 할 수 있다(지승호 2008). 다이어트식단, 저 열량, 저 나트륨식단, DNA식단, 고객맞춤식단 등 다양한 건강 식단은 단체급식 식당을 찾는 고객들의 건강을 찾아주고 다이어트 효과도 있어 최근 고객들이 가장 선호하고 있다. 또한 식당에서 제공하는 메뉴에 싫증을 느끼는 고객들을 위해 SET메뉴와 판매 간식을 제공하고 다양한 신 메뉴 개발을 하여 외부 식당으로 전환하는 고객들을 방지하고 단체급식 식당을 방문하게 하는데 중요한 선택속성이라 하겠다.

5) 단체급식 식당 선택속성 선행연구

양태석·유병주·전효진(2005)은 제주지역 대학을 대상으로 위탁급식 업체의 만족도 및 중요도를 위한 속성 48문항을 개발하였으며, IPA분석을 실시하였다. 박창식(2007)은 단체급식의 속성을 급식품질, 위생상태, 급식시설, 급식서비스 4가지 속성으로 나누어 급식만족에 미치는 영향에 대한 연구를 하였으며, 이경아·류은순(2010)은 부산지역 대학교 단체급식 식당의 급식서비스 만족도와 고객 충성도와의 관계 연구에서 단체급식서비스 속성을 음식, 서비스, 환경, 위생 등으로 구분하였다. 최순태(2011) 연구 역시 대학교에 입주한 급식식당을 대상으로 소비자의 선택속성이 만족 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구를 통해 재료속성, 음식속성, 메뉴속성, 운영(관리) 속성, 내부환경 속성으로 구분하였다. 지금까지 단체급식 식당에 대한 선행연구들 대부분은 대학교의 급식식당을 대상으로 진행되었다.

본 연구는 기업에 입주한 급식식당을 대상으로 선정하여 연구를 진행하였으며, 본 연구에 앞서 기업체 한 곳을 선택하여 단체급식 식당을 이용하는 사무직 고객 30명에게 선행 연구에서 제시된 선택속성들과 고객들이 추가로 고려하는 선택속성들이 무엇인지에 대해 사전 인터뷰를 실시하였다. 사전분석 결과 음식의 영양가, 음식의 건강지향성, 샘플메뉴의 매력성, 식음료 가격, 여유로운 식사시간확보, 이벤트 실시여부, 날씨에 따른 식당이용, 판매 간식 제공, 기획 상품(SET 메뉴) 제공, 다양한 신 메뉴 출시 등의 선택속성들이 추가로 채택되어 기존 선행 연구에서 제시된 선택속성들과 함께 본 연구 설문지에 포함하였다.

3. 재방문의도

재방문의도란 특정상품의 과거구매경험에 대한 평가를 바탕으로 재차 방문 하려 하는 것을 말한다. Anderson(1985)은 고객만족도가 높을수록 재방문 의도가 높아진다는 것을 밝혔으며, 재구매 방문과 재구매 지출과 같은 재구매 행동에는 유의한 영향을 주지 못하지만, 재구매 의도에는 긍정적인 영향을 준다고 하였다. 지윤호·변정우(2011)는 재방문의도는 소비자가 제공받은 서비스를 계속 반복적으로 이용할 가능성이라고 할 수 있으며, 생각과 태도가 행동으로 옮겨질 수 있는 행위적 의도를 의미한다고 하였다. 재방문 의도는 장기적인 관점에서 기업의 이윤이나 성과를 지속적으로 창출 시키는 중요한 요인인 고객유지 및 재방문 행동의 대응으로써 마케팅에 있어 가장 핵심적인 중요개념으로 인식되고 있다. 이러한 관점에서 단체급식 식당을 이용하는 고객의 재방문의도는 단체급식 식당의 선택속성에 대한 종합적인 만족으로 유발되어 식당을 다시 방문하려는 의도라고 정의할 수 있다.

4. 전환의도

전환의도는 다른 방향으로 바꾸거나 거래하고 있는 서비스 공급자를 다른 공급자로 바꾸는 것이라 할 수 있다. 서비스 전환이라는 의미에서 전환은 고객의 이탈이며 단골고객의 감소를 의미한다고 할 수 있다(Keaveney, 1995). 본 연구에서 전환의도란 Ajzen(1991)에 기초할 때, 단체급식 식당에 대한 선택속성 만족수준이 기대에 미치지 못하였을 때, 단체급식 식당을 교체할(다른 외부식당으로 이동할) 가능성이 높다고 볼 수 있다.

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구과제 및 연구모형

본 연구는 단체급식 식당 고객들의 선택속성에 대한 사후적 지각인 만족도와 사전적 기대인 중요도 간의 차이가 재방문의도와 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지 파악해보는 것이 연구과제이다. 단체급식 식당 선택속성들 모든 문항에 대한 기초적인 기술통계분석과 빈도분석을 실시한 후 IPA분석을 실시하였다. 이후 재방문의도 및 전환의도에 미치는 영향을 파악하기 위한 다중회귀분석을 실시하였는바, 이에 앞서 모든 선택속성들을 요인분석에 기초하여 분류하였다.

[연구과제]

단체급식 식당 선택속성 요인별 만족도와 중요도간의 차이가 재방문의도 및 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기로 한다.



[그림 1] 연구모형

2. 조사 설계

1) 연구대상 및 표본설계

조사대상은 학교, 병원, 사회복지기관과 같이 비영리를 목적으로 하는 위탁급식이 아닌, 영리를 목적으로 하는 위탁급식식당을 이용하는 서울과 인천에 위치한 산업체 오피스(회사 주변에 외부 식당이 있는) 8곳을 대상으로 하였다. 매출액기준 단체급식식당업 관련 대표기업 4곳(H사, S사, L사, D사)이 위탁 운영하고 있는 단체급식식당으로서, 식당규모에서 유사한 단체급식식당을 대표기업별로 각각 2곳씩 균등하게 할당하여 총 8곳의 단체급식식당을 선정하였다. 조사방법은 조사 대상자가 스스로 기입하는 자기기입법을 사용하였고 설문지는 총 400부를 배포 하였으며, 회수된 설문지는 356부이다. 이 중에서 응답이 불성실한 31부를 분석에서 제외하여 최종 유효 표본은 325부이다. 표본설계는 다음의 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 표본설계

조사(표본)범위	단체급식 식당이 상주해있는 서울과 인천에 위치한 산업체(오피스) 8곳
표본 집단	회사 내 단체급식 식당을 1회 이상 이용해 본 20세 이상 산업체 직원
조사 기간	2017년 9월 1일 ~ 9월 30일
설문조사방법	설문지법(자기기입법)
설문지 배포 및 회수 현황	총 배포 설문지 수: 400부(100%) 회수된 설문지 수: 356부(89%) 최종 유효 표본: 325부(81.2%)

2) 변수의 조작적 정의

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 단체급식식당, 단체급식식당 선택속성, 선택속성의 만족도와 중요도간의 괴리도 및 재방문의도와 전환의도에 대한 조작적 정의는 다음과 같다. 단체급식식당은 서울과 인천에 위치한 영리기업과 위탁계약을 체결하고 위탁급식업체가 운영하는 단체급식식당으로, 단체급식식당 선택속성은 고객이 단체급식식당을 선택함에 있어서 고려하는 속성이라고 정의하였다. 단체급식 선택속성의 만족도와 중요도 간의 차이는 단체급식 선택속성의 만족도에서 중요도를 차감한 값으로, 재방문의도는 다시 단체급식 식당을 방문하려는 의도로, 전환의도는 단체급식식당에서 다른 식당으로 교체하려는 의도로 각각 정의하였다.

3) 설문지 구성 및 분석방법

본 연구의 구체적 설문내용은 총 3개 조사 영역으로 설계되었으며, 설문지 구성은 <표 2>에 제시하였다. 첫째 영역은 단체급식 식당 선택속성의 중요도와 만족도를 파악하기 위한 질문 사항으로 양태석 등(2005) 및 박창석(2007)의 연구에서 일반적으로 채택되고 있는 대표적인 10문항이외에, 본 연구의 예비조사에서 응답자들이 제시한 단체급식 선택속성 10문항을 추가로 채택하여 총 20개의 선택속성 항목으로 구성하였으며 리커트 5점 척도로 측정하였다. 둘째 영역은 재방문의도 및 전환의도에 대한 2문항으로 Anderson(1985), Ajzen(1991) 및 이용철·안선흥(2016)의 연구에 기초하여 리커트 5점 척도로 측정하였다. 셋째 영역은 인구통계학적인 질문사항으로 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 이용횟수, 지출금액 등 6개 항목으로 구성되었다.

〈표 2〉 설문지 구성

설문내용			문항 수	척도
독립 변수	단체급식 선택속성	• 음식의 질과 맛 • 제공되는 음식의 양 • 메뉴의 다양성(복수메뉴 및 푸드코트 등) • 음식의 건강지향성(저염, 웰빙, 다이어트식 등) • 전반적인 식당의 청결성(식당환기 및 위생포함) • 식음료 가격 • 짧은 대기 행렬로 인한 신속한 배식 • 빈번한 신 메뉴 출시 • 직원의 서비스 역량(친절도 등) • 샘플 메뉴의 매력성 • 이벤트 실시 여부(마일리지 및 할인혜택 등) • 식재료의 신선도 • 음식의 영양가 • 식당 인테리어 및 분위기 • 충분한 좌석 확보 여부 • 식사 후 휴식장소 유무 여부 • 기획 상품(SET 메뉴 제공 여부 등) • 판매 간식 제공 여부(김밥, 햄버거, 떡볶이 등) • 날씨에 따른 식당 이용 • 여유로운 식사시간 확보 여부	20	리커트 5점 척도
종속 변수	재방문의 의도 전환의도	• 재방문의도 • 전환의도	2	리커트 5점 척도
	인구통계 학적 특성	• 성별 • 연령 • 결혼여부 • 학력 • 이용횟수 • 지출금액	6	명목 척도

수집된 자료의 데이터 코딩(Data coding)과정과 데이터 클리닝(Data cleaning)과정을 거쳐, SPSS 18.0 for window 통계패키지 프로그램을 사용하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 일반적인 특성

본 연구에 사용된 설문은 2017년 9월 1일부터 9월 30일까지 서울과 인천에 위치한 산업체 기업에서 근무하는 직원들을 대상으로 실시되었으며, 총 400부(100%)의 설문지가 배포되었고, 회수된 설문지의 수는 356부(89%) 되었으나 이 중 설문지 응답이 부적합 하거나 불성실한 31건의 설문지를 제외한 총 325부(81.2%)가 연구에 이용되었다. 성별로는 남성이 182명(56%), 여성이 143명(44%)로 남성의 비율이 높게 조사 되었다. 연령은 30대가 126명(38.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로는 20대가 113명(34.8%), 40대가 82명(25.2%), 마지막으로 50대 이상이 4명(1.2%)순으로 측정되었다. 결혼여부는 미혼이 166명(51.1%), 기혼이 159명(48.9%)로 미혼자의 비율이 조금 높게 조사되었다. 다음으로 학력의 분포는 대학교 졸업이 229명(70.5%)으로 가장 많았으며, 전문대 졸업이 50명(15.4%), 대학원 졸업 이상이 40명(12.3%), 고등학교 졸업이 6명(1.8%)으로 분포하고 있다. 일주일 동안 구내식당 방문 횟수는 5회 이상 방문자가 111명(34.2%)으로 가장 많았으며, 1회-3회가 108명(33.2%), 4회가 106명(32.6%)으로 분포되었다. 외부식당 방문 횟수는 1회 이하가 206명(63.4%)으로 가장 많았으며, 2회 이상이 86명(26.5%), 4회 이상이 33명(10.1%) 순으로 보고되었다. 식당 이용 시 평균적으로 일주일에 지출하는 금액은 10,000원-20,000원 미만이 95명(29.2%)으로 가장 많았으며, 20,000원-30,000원 미만이 91명(28%), 30,000원-40,000원 미만이 82명(25.2%), 40,000원 이상이 32명(9.9%) 순이었다. 지면관계상 인구 통계적 특성변수에 대한 빈도분석 표는 생략하였다.

2. 단체급식 식당 선택속성별 중요도와 만족도 분석

1) 단체급식식당 선택속성의 중요도와 만족도 기술통계 분석 및 IPA

다음의 <표 3>은 단체급식식당 선택속성요소들(20문항)을 각각 독립적으로 고려하여 응답한 경우의 중요도와 만족도에 대한 기술통계 분석결과이다.

〈표 3〉 단체급식 식당의 선택속성별 중요도와 만족도 비교를 위한 기술통계량

선택속성 '중요도'			순위	선택속성 '만족도'		
문항	평균	표준편차		문항	평균	표준편차
식재료의 신선도	4.33	.82	1	직원의 서비스 역량	3.47	1.07
전반적인 식당의 청결성 (식당환기 및 위생포함)	4.31	.87	2	제공되는 음식의 양	3.41	.96
음식의 영양가	4.22	.91	3	전반적인 식당의 청결성 (식당환기 및 위생포함)	3.31	1.05
음식의 질과 맛	4.17	.98	4	음식의 질과 맛	3.26	.93
식음료 가격	4.02	.94	5	식음료 가격	3.22	1.07
충분한 좌석 확보 여부	4.02	.94	6	짧은 대기 행렬로 인한 신속한 배식	3.21	1.14
직원의 서비스 역량	4.01	.96	7	식재료의 신선도	3.21	.95
짧은 대기 행렬로 인한 신속한 배식	3.96	.96	8	음식의 영양가	3.20	.95
메뉴의 다양성	3.91	.98	9	충분한 좌석 확보 여부	3.14	1.13
음식의 건강지향성 (저염, 웰빙, 다이어트식)	3.90	1.04	10	여유로운 식사시간 확보 여부	3.10	1.13
여유로운 식사시간 확보 여부	3.87	1.05	11	식당 인테리어 및 분위기	3.07	.96
제공되는 음식의 양	3.84	.98	12	날씨에 따른 식당 이용	3.03	1.14
날씨에 따른 식당 이용	3.84	1.14	13	음식의 건강지향성 (저염, 웰빙, 다이어트식)	2.95	1.07
식당 인테리어 및 분위기	3.68	1.05	14	메뉴의 다양성	2.91	.95
샘플 메뉴의 매력성	3.52	1.15	15	샘플 메뉴의 매력성	2.88	1.08
판매 간식 제공 여부 (김밥, 햄버거, 떡볶이 등)	3.47	1.28	16	빈번한 신메뉴 출시	2.74	.96
기획상품 (set 메뉴 제공 여부 등)	3.45	1.24	17	식사 후 휴식 장소 유무 여부	2.70	1.12
식사 후 휴식 장소 유무 여부	3.45	1.24	18	판매 간식 제공 여부 (김밥, 햄버거, 떡볶이 등)	2.59	1.08
빈번한 신메뉴 출시	3.43	1.23	19	이벤트 실시 여부	2.53	1.10
이벤트 실시 여부	3.35	1.29	20	기획상품 (set 메뉴 제공 여부 등)	2.49	1.04

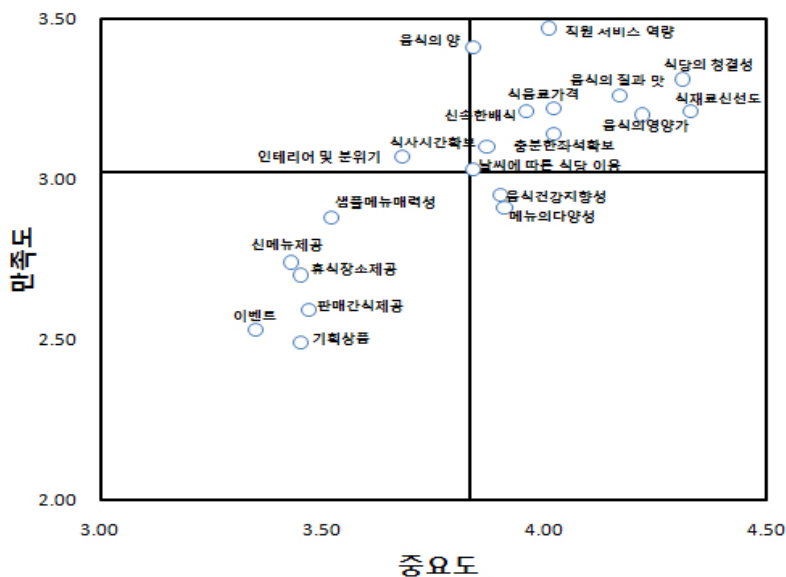
단체급식 식당 선택속성별 중요도를 분석한 결과, 20개의 항목 중 평균점수를 기준으로 할 때 식재료의 신선도(4.33)가 가장 중요한 선택속성으로 나타났으며, 그다음으로 전반적인 식당의 청결성(4.31), 음식의 영양가(4.22), 음식의 질과 맛(4.17), 식음료의 가격(4.02), 충분한 좌석 확보 여부(4.02), 직원의 서비스 역량(4.01), 짧은 대기 행렬로 인한 신속한 배식(3.96), 메뉴의 다양성(3.91), 음식의 건강지향성(3.90), 여유로운 식사시간 확보 여부(3.87), 제공되는 음식의 양(3.84), 날씨에 따른 식당 이용(3.84), 식당 인테리어 및 분위기(3.68), 샘플 메뉴의 매력성(3.52), 판매 간식 제공 여부(3.47) 순으로 나타났다. ‘음식의 영양가’ ‘메뉴의 다양성’, ‘음식의 건강지향성’의 중요도 순위가 높은 것으로 나타난 결과는 고객들이 저나트륨식이나 웰빙 식당, 다이어트식과 같이 건강식에 대한 관심도가 높은 것으로 보이며, 건강을 위해 음식의 영양가와 메뉴를 많이 고려하는 것으로 생각된다. 상대적으로 기획 상품, 식사 후 휴식장소 유무 여부(3.45), 빈번한 신 메뉴 출시(3.43), 이벤트 실시 여부(3.35)는 낮게 나타났다. 선택속성별 만족도 분석에서는 전반적으로 중요도 대비 평균점수가 상대적으로 낮은 특성을 보였지만, 직원의 서비스 역량(3.47)이 가장 만족한 것으로 나타났다. 이는 단체급식업계에서 직원들의 CS(customer satisfaction)교육을 위해 CS팀을 구성하여 서비스교육에도 많은 노력을 하고 있는 결과로 보인다. 그다음으로 제공되는 음식의 양(3.41), 전반적인 식당의 청결성(3.31), 음식의 질과 맛(3.26), 식음료의 가격(3.22), 짧은 대기 행렬로 인한 신속한 배식, 식재료의 신선도(3.21), 음식의 영양가(3.20), 충분한 좌석 확보 여부(3.14), 여유로운 식사시간 확보 여부(3.10), 식당 인테리어 및 분위기(3.07) 순으로 나타났다. 상대적으로 날씨에 따른 식당 이용(3.03), 음식의 건강지향성(2.95), 메뉴의 다양성(2.91), 샘플 메뉴의 매력성(2.88), 빈번한 신 메뉴 출시(2.74), 식사 후 휴식장소 유무 여부(2.70), 판매 간식 제공 여부(2.59), 이벤트 실시 여부(2.53), 기획 상품 제공(2.49) 등의 만족도는 낮은 평가를 받았다.

이러한 응답결과를 통해서 선택속성 중요도 상위 5순위 및 선택속성 만족도 5순위를 비교 해본 결과, 선택속성 중요도 측면의 평균점수 1순위인 식재료의 신선도(4.33)는 만족도 측면에서는 평균점수 기준으로 7위를 기록했고, 2순위 중요도인 전반적인 식당의 청결성(4.31)은 만족도 측면에서 3위로 하락, 3순위 중요도 속성인 음식의 영양가(4.22)는 만족도 측면에서 8위로 하락, 4순위 중요도 속성인 음식의 질과 맛(4.17)은 만족도 측면에서 4순위로 같은 순위를 나타냈다. 마지막 5순위 중요도 속성인 식음료 가격(4.02)도 만족도 측면에서 5순위로 같은 순위를 나타냈다. 결과적으로 단체급식 선택속성 중요도 대비 만족도는 중요도 4순위 음식의 질과 맛, 5순위 식음료의 가격이 같은 순위를 나타냈으며, 이를 제외한 1순위, 2순위, 3순

위는 중요도 대비 만족도 순위가 하락한 것으로 나타났다. 평균값 비교로는 중요도에 비해 전반적으로 만족도 평균값이 낮은 것으로 나타났다. 이는 단체급식 식당을 이용하는 고객들의 선택속성에 대한 기대와 지각에 많은 변화가 있었으며, 이러한 요구의 변화를 단체급식 현장에서는 시기적절하게 파악해야 할 필요성이 있음을 의미하는 연구결과라 생각한다.

다음의 <그림 2>는 평균값을 기준으로 만족도와 중요도 간의 관계를 사분면 도표로 나타내는 IPA(Importance Performance Analysis) 결과이다. 단체급식 식당을 이용하는 고객들이 중요하게 생각하는 속성과 만족도 모두 높은 영역, 중요하게 여기는 반면에 만족도는 기대에 미치지 못해 낮은 영역, 중요도가 낮으며 실제로 잘 수행되지 않아 만족도 또한 낮은 영역, 중요도는 낮으나 만족도는 높은 영역 등을 파악하여 개선이 필요한 영역의 선택속성을 살펴보고자 한다. 첫째, 좋은 성과 및 지속적인 유지 영역(오른쪽 상단)은 고객들이 중요하게 생각하면서 실제로 잘 수행되어 만족도 역시 높은 영역의 항목으로 식재료의 신선도, 식당의 청결성(전반적인 식당의 청결성, 식당 환기 및 위생 포함), 음식의 영양가, 음식의 질과 맛, 직원의 서비스 역량, 식음료 가격, 충분한 좌석 확보, 신속한 배식(짧은 대기 행렬로 인한 신속한 배식), 식사 시간 확보(여유로운 식사 시간 확보), 음식의 양(제공되는 음식의 양), 날씨에 따른 식당 이용 등 11가지 선택속성으로 나타났다. 둘째, 노력 집중화, 중점 개선이 필요한 영역(오른쪽 하단)은 고객들의 중요도는 높지만 잘 수행이 되지 않아 만족도가 낮은 선택속성이다. 음식의 건강지향성, 메뉴의 다양성으로 조사되어 건강식 메뉴(음식의 건강지향성 저염, 웰빙, 다이어트식)와 신 메뉴 개발을 위한 노력이 시급한 것으로 분석되었다. 셋째, 소극적 관리 영역(왼쪽 상단)은 고객들의 중요도는 낮지만 만족도는 높은 영역으로 식당 인테리어 및 분위기 한 가지 항목으로 나타났다. 넷째, 노력 강화, 만족도 제고 영역(왼쪽 하단)은 고객들의 중요도와 만족도 모두 낮은 선택속성으로 샘플 메뉴의 매력성, 신 메뉴 제공(빈번한 신 메뉴 출시), 휴식 장소 제공(식사 후 휴식 장소 유무 여부), 판매 간식 제공(판매 간식 제공 여부), 이벤트(이벤트 실시 여부), 기획 상품(set메뉴 제공 여부) 등 6가지 항목으로 분석되었다.

선택속성별 중요도와 만족도 비교를 위한 IPA 분석을 통해 4가지 분면의 선택속성들을 파악해 본 결과, 중요도는 높지만 만족도가 낮은 2가지 항목인 메뉴의 다양성, 음식의 건강지향성은 단체급식 식당을 이용하는 고객들이 중요하게 생각하는바 대비 만족도가 낮은 선택속성으로서 특히 단체급식식당 운영자가 추후 중점적으로 개선하고 강화할 필요가 있는 것으로 나타났다.



[그림 2] 단체급식 식당의 선택속성 IPA 도표

3. 선택속성 만족도와 중요도 차이 값에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

단체급식 식당 선택속성에 관한 측정도구의 타당성 검증과 신뢰성을 확보하기 위하여 요인분석과 신뢰도분석(Cronbach's α)을 실시하였다. 본 연구에서는 동일한 측정을 위한 설문지항목간의 신뢰도를 측정하기 위해서 내적일관성을 측정하는 방법인 Cronbach's Alpha계수를 이용하여 분석한 결과, 3개의 선택속성 요인별 신뢰도 계수가 0.902, 0.818, 0.872로 나타났으며, 이는 적합한 수준으로 판단된다. 단체급식 식당 선택속성에 대한 만족도와 중요도 차이 값에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석의 결과는 다음의 <표 4>와 같다. 총 20문항의 선택속성에 대한 요인분석 결과, 아이겐 값이 1.0이상인 3개의 독립된 요인으로 구분되었으며 전체 분산의 56.582%를 설명하고 있는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 판별타당도가 있다고 할 수 있어 변수별 요인적재량이 각 소속 요인에 높게 적재되어 있어 집중타당도가 있다고 할 수 있다. 한편, 선택속성에 대한 만족도 및 중요도 값을 대상으로 요인분석을 각각 실시해본 결과, 만족도와 중요도 간의 차이 값을 대상으로 한 요인분석 결과와 대동소이하였다. 선택속성 요인분석 결과 요인 1은 기획상품(SET 메뉴 제공 여부), 판매 간식 제공 여부, 식사 후 휴식장소 유무 여부, 여유로운 식사시간 확보 여부, 이벤트 실시 여부, 충분한 좌석 확보 여부 등에서 높은 적재량을 보이고 있어 요인 1을 '이용의 편리성'으로, 요인 2는 전반적인 식당의 청결성, 식재료의 신선도,

음식의 건강지향성, 음식의 질과 맛, 음식의 영양가 등에서 높은 적재량을 보이고 있어 ‘건강한 음식 제공 및 청결한 식당 분위기’로, 마지막 요인 3은 메뉴의 다양성, 샘플메뉴의 매력성, 빈번한 신 메뉴 출시 등에서 높은 적재량을 보여 ‘새롭고 다양한 메뉴’라고 각각 명명하였다. 요인분석의 유의성을 확인하는 KMO 테스트 결과 0.945로 나타나 본 요인분석이 적합한 수준임을 확인할 수 있었다.

〈표 4〉 단체급식 선택속성별 만족도와 중요도 간의 차이 값에 기초한 요인 분석 및 신뢰도분석 결과

요인명 ^a (Factor)	설문문항	요인 적재량	아이겐 값	분산 설명력	Cronbach's α
선택속성 Factor 1 (이용의 편리성)	기획 상품 (SET 메뉴 제공 여부)	0.775	8.614	43.069	0.902
	판매 간식 제공 여부 (김밥, 햄버거, 떡볶이 등)	0.773			
	식사 후 휴식장소 유무 여부	0.750			
	여유로운 식사 시간 확보 여부	0.720			
	이벤트 실시 여부 (마일리지 및 할인혜택)	0.676			
	충분한 좌석 확보 여부	0.660			
	날씨에 따른 식당 이용	0.659			
	식당 인테리어 및 분위기	0.588			
선택속성 Factor 2 (건강한 음식 제공 및 청결한 식당 분위기)	전반적인 식당의 청결성 (식당환기 및 위생포함)	0.740	1.671	8.354	0.818
	식재료의 신선도	0.675			
	음식의 건강지향성 (저염식, 웰빙, 다이어트식 등)	0.629			
	음식의 질과 맛	0.625			
	음식의 영양가	0.599			
	제공 되는 음식의 양	0.547			
선택속성 Factor 3 (새롭고 다양한 메뉴)	메뉴의 다양성 (복수메뉴 및 푸드코트 등)	0.678	1.032	5.159	0.872
	샘플 메뉴의 매력성	0.676			
	빈번한 신 메뉴 출시	0.585			

a: Varimax 회전 후, 아이겐 값이 1이 넘는 요인들을 추출하여, 추출된 요인들의 누적분산설명은 56.582%: KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=.945, Barlett's Test= Chi-square (3035.762), df(190), $p < .01$

있다. 3개의 속성요인별 변수 중에서 표준화 회귀계수 크기에 기초할 때, Factor 1 ‘이용의 편리성’ 요인이 가장 큰 유의한 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로 Factor 2의 ‘건강한 음식 제공 및 청결한 식당 분위기’, Factor 3의 ‘새롭고 다양한 메뉴 제공’ 요인 순으로 나타났다. <표 5>의 결과에 의하면 단체급식 선택속성 3개의 요인 모두에서 방문고객들이 기대한 중요도 수준 보다 만족도가 높으면 높을수록 고객들이 단체급식 식당에 대한 재방문의도가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다.

2) 단체급식 식당 선택속성에 대한 요인별 만족도와 중요도의 차이가 전환의도에 미치는 영향

단체급식 식당 선택속성에 대한 만족도와 중요도 차이가 전환의도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 단체급식 선택속성 3개의 요인을 독립변수로, 전환의도를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 6>과 같다. 수정된 R^2 값은 0.008로 독립변수인 단체급식 선택속성의 요인별 만족도와 중요도의 차이가 종속변수인 전환의도에 미치는 영향을 0.8% 설명하고 있으며, VIF 값 역시 10 미만을 보고하여 다중공선성에 문제가 없다고 판단된다. F 값은 3.826(p=0.013)으로 나타나 모형이 적합한 수준임을 알 수 있다. 표준화 회귀계수는 Factor 1 ‘이용의 편리성’의 경우 -0.178(t=-2.304)을 보고하여 5% 수준에서 유의한 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 Factor 2 ‘건강한 음식 제공 및 청결한 식당 분위기

〈표 6〉 단체급식 식량의 선택속성의 요인별 만족도와 중요도의 차이가 전환의도에 미치는 영향

독립변수 (선택속성 피리도)	비표준화 회귀계수		표준화 회귀계수	t값	p값	VIF
	B	표준오차	Beta			
상수	2.982	0.089	-	33.514	0.000	-
Factor1 (이용의 편리성)	-0.165	0.071	-0.178	-2.304*	0.022	1.937
Factor2 (건강한 음식 제공 및 청결한 식당 분위기)	-0.095	0.089	-0.080	-1.062	0.289	1.843
Factor3 (새롭고 다양한 메뉴)	-0.089	0.079	-0.084	-1.120	0.264	1.831

$R^2=0.017$, $Adj-R^2=0.008$, $F=3.826$, $p=0.013$; * $p<0.05$

기'와 Factor 3 '새롭고 다양한 메뉴 제공'에 대한 괴리도(만족도-중요도)는 고객의 전환의도에 비유리적인 영향을 미쳤다. 즉, 이용의 편리성에 대한 기대감보다 만족도가 낮을 경우 외부 식당으로 전환하게 된다는 것을 알 수 있다. 이는 고객들이 단체급식 식당을 이용함에 있어서 충분한 좌석확보, 휴식장소 제공, 식당의 인테리어 및 분위기, 기획 상품 및 판매 간식 제공 등과 관련한 선택속성들의 기대수준 보다 높은 만족수준을 경험해야만 타 식당으로의 전환이 낮아짐을 의미한다. 따라서 단체급식 식당 운영자는 외부 식당으로 이탈하는 고객들을 방지하기 위하여 충분한 식당 이용시간을 확보하고 다양한 이벤트와 기획 상품 출시 등을 고려해야 할 것이다. 한편, 표로서 제시하지 않았으나 선택속성 요인별 만족도가 재방문의도 및 전환의도에 미치는 영향에 대한 설명력은 50%이상을 보고하였다. 하지만 본 연구는 단체급식식당을 방문하는 고객들이 경험한 선택속성 요인별 만족도와 사전 기대수준(중요도) 간의 차이 중에서 어떤 선택속성 요인이 재방문의도 및 전환의도에 유의한 영향을 미치는지를 알아보는 것이므로(즉, 어떤 선택속성에서 사전에 기대한 것 대비 사후에 보다 만족하였을 때 재방문의도가 증가하는지, 기대한 것 대비 사후에 만족하지 못하였을 때 전환의도가 증가하는지를 규명하는 것이므로) 종속변수에 대한 독립변수들(만족도에서 중요도를 차감한 값)은 낮은 설명력 값을 보고하는 것이다.

V. 결 론

1. 연구 결과 및 시사점

본 연구는 단체급식 식당 선택속성별 중요도와 만족도 수준을 비교해보고 만족도와 중요도 차이 값에 기초한 선택속성 요인 중에서 어떠한 요인이 재방문의도 및 전환의도에 유의한 영향을 미치는지 파악하고자 하였다. 분석결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 단체급식 식당을 이용하는 고객들이 선택속성 중 '식재료의 신선도'를 가장 중요하게 생각하였으며, 그 다음으로 '전반적인 식당의 청결', '음식의 영양', '음식의 질과 맛', '식음료의 가격' 순으로 보고하였다. 한편, 가장 높은 만족도 수준을 보고한 속성은 '직원의 서비스 역량'이며, 그 다음으로 '제공되는 음식의 양', '전반적인 식당의 청결', '음식의 질과 맛', '식음료의 가격' 순으로 나타났다. 하지만 전반적으로 선택속성별 기대한 중요도 대비 만족도의 평균점수가 낮은 결과를 보고하

였다. 이는 고객이 중요하게 생각하는 요인대비 만족도가 낮은 선택속성을 단체급식업체는 적절하게 파악하여 이에 대한 개선작업이 요구된다 하겠다. 만족도 선택속성 중 직원들의 서비스와 친절에 가장 높은 점수를 보고한 결과는 단체급식업체에서 CS교육을 위생교육 만큼 중요한 교육으로 생각하여 직원들의 용모단정과 고객이 원하는 외양 서비스를 제공하는데 집중 하고 있는 결과로 유추해석이 가능하다. 특히 선택속성 중요도 중 높은 순위를 차지한 ‘식재료의 신선도’와 ‘음식의 영양가’는 만족도에서는 낮은 순위를 보였으므로, 식재료의 등급과 음식의 영양표시에 대한 자료들을 식당 곳곳에 게시하고, 식재료의 신선도와 식단의 영양가에 대한 정보를 고객들에게 제공하는 노력을 기울일 필요가 있다. 둘째, IPA분석결과, 중요도와 만족도 모두 높은 지속적인 유지 영역인 11가지 항목과 중요도는 높지만 만족도는 낮은 중점 개선 영역의 2가지 항목인 메뉴의 다양성, 음식의 건강 지향성을 단체급식 현장에서 중점적으로 개선하고 유지 강화에 힘써야 할 것으로 사료된다.

둘째, 단체급식 식당 선택속성 측정항목들에 대한 요인분석을 실시한 결과 ‘이용의 편리성’, ‘건강한 음식 제공 및 청결한 식당 분위기’, ‘새롭고 다양한 메뉴’ 등 3개의 요인으로 분류되었다. 셋째, 3개의 요인을 독립변수로 재방문의도를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 3개의 요인 모두 5% 수준에서 재방문의도에 통계적으로 유의한 양(+)의 영향을 미쳤다. 이는 선택속성 3개의 요인에 대한 사전적 기대감(중요도)보다 사후적 지각(만족도)이 높으면 높을수록 고객들이 단체급식 식당에 대한 재방문의도가 높아지는 것으로 나타났다. 넷째, 선택속성 요인별 만족도와 중요도 간의 차이가 전환의도에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 전환의도에 미치는 영향에 대해서는 3개의 요인 중 ‘이용의 편리성’ 요인만 5% 수준에서 통계적으로 유의한 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 이용의 편리성에 대한 사전적 기대감(중요도)보다 사후적 지각(만족도)이 낮을 경우 고객들은 외부 식당으로 전환하려는 의도역시 증가하므로 고객들이 단체급식식당 이용이 편리하도록 단체급식업체 관리자들이 노력을 경주해야 함을 알 수 있다.

본 연구의 실증분석 결과는 다음의 시사점을 제시할 수 있다. 단체급식 식당을 이용하는 고객들은 식사품질에 대해 쉽게 싫증을 느낄 수 있고 많은 인원에게 식사를 제공하기 때문에 메뉴에 대한 다양성이 부족하고 개인의 식생활에 대한 기호를 고려하기가 쉽지 않다. 이러한 문제점을 고안하기 위해 고객 선호도 조사를 정기적으로 꾸준히 실시하고, 고객선택메뉴와 신 메뉴 제공을 통해 식사 품질을 높이고 고객들이 외부 식당으로 전환하지 않도록 식당 운영의 이용편리성 확보에 많은 개선이 필요하다. 즉, 고객들이 식사시간 활용을 잘 할 수 있도록 충분한 좌석과 식사 후 휴식 할 수 있는 장소를 마련하고 식사시간 외에 판매 간식(김밥, 떡볶이, 햄버

거 등)을 제공하여 편리하게 간식을 먹을 수 있도록 하면 외부 식당 이용도 줄고 구내 단체급식 식당에 대한 고객들의 만족도는 높아 질 것으로 예상된다. 다양한 이벤트 실시 또한 기존고객 유지와 신규고객 유치를 위한 좋은 방법이라 생각한다. 식사시간 동안 많은 고객들이 참여할 수 있는 다양한 이벤트를 실시하여 이벤트 참여를 통해 수준 높은 급식의 품질과 즐거움으로 식당 이미지 개선에 기여 할 수 있다. 이벤트를 통해 기존고객들과 외부 식당을 이용하던 고객들도 유인하여 식당의 수요창출을 통한 매출증진을 높일 수 있고 고객들의 재방문을 높이고 전환의도를 감소할 수 있을 것으로 생각된다. 최근 직장인들의 잦은 회식과 운동부족, 과식 등으로 비만인 직장인들이 늘어나면서 건강에 대한 관심이 높아졌다. 단체급식 식당에서는 직원들의 건강을 위한 다양한 식단(다이어트식단, 저 나트륨식단, 웰빙 식단 등)을 구성하여 직원들의 영양개선에 목적을 두고 외부 식당과 차별화된 운영이 필요하다고 생각한다. 또한 단체급식 식당은 날씨에 따른 영향을 많이 받는다. 날씨가 추워지고 갑작스런 폭우와 폭설로 인해 외부 식당을 이용하던 고객들이 구내식당을 이용하는 경우가 있다. 단체급식업장에서는 예상식수보다 많은 식수에 대한 대처를 잘해야 한다. 준비한 음식 양 체크, 배식지연 방지, 대기하는 손님들에 대한 대처를 못하게 되면 식당을 이용하는 고객들이 불만이 생기게 되어 외부 식당으로 전환하는 고객들이 늘어날 수 있다. 단체급식 운영자들은 일기예보를 통해 날씨에 따른 식수 증가에 적절한 대처를 할 필요가 있다.

2. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 위와 같은 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 서울과 인천에 위치한 산업체(오피스)에 근무하는 직원들을 연구대상으로 한정하였다는 점에서 전체적인 단체급식업계의 고객들의 재방문의도와 전환의도를 설명하는데 한계를 가지고 있다. 둘째, 조사한 8곳의 산업체(오피스)를 위탁하는 급식회사가 각각 다르고 운영방식과 메뉴의 가격 차이로 고객들의 중요도와 만족도에 대한 인식의 차이 관점에서 업체유형별, 메뉴가격별로 연구를 하는데 한계점이 있다고 생각한다. 셋째, 향후 공통적인 선택속성들로 구내식당과 일반식당을 비교분석하는 연구가 진행되어 단체급식식당의 효율적인 운영과 마케팅 방향에 기초적인 자료가 되는 추가적인 연구가 필요하다고 생각한다. 본 연구에서 살피지 못한 한계점 및 보완점을 파악하여 단체급식을 식당을 이용하는 고객들의 만족과 서비스 품질 향상을 위한 후속 연구가 진행되기를 바란다.

참고문헌

- 김숙희(2007). 단체급식 경영관리. 서울: 대왕사.
- 김혜영·임양아·고성희·송용혜·진용옥(2004). 급식 경영학. 경기도: 교문사.
- 김혜영(2005). 최신 단체급식. 서울: 도서출판 효일.
- 강진경(2002). 단체급식업체의 이벤트 마케팅 전략수행 실태조사와 참여속성요인 분석. 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문.
- 박문옥·서민자(2007). 급식산업의 현황과 사업 다각화에 따른 조리사의 직무개발에 관한 연구. 장안논총, 27(2), 89-105.
- 손은수·정미화·이종호(2015). 단체급식의 선택속성이 고객만족도와 애호도에 미치는 영향. *Culinary Science & Hospitality Research*, 21(4), 55-71.
- 신광순(1996). 식품의 안정성 확보를 위한 식품위생정책과 방향. 식품과학산업, 29(1), 2-10.
- 이영란(1987). 산업체 단체 급식소의 관리개선을 위한 실태조사. 연세대학교 교육대학교 석사학위 논문.
- 안정하·문혜경(2008). 위탁급식업체의 급식유형별 고객만족도 비교. 대한영양사협회 학술지, 14(2), 114-126.
- 양일선(1996). 급식경영 전략과 기업의 경쟁력 강화. 대한 영양사회 심포지움 자료집, 117-133.
- 양일선·차진아(2001). 급식경영학. 경기도: 교문사.
- 양태석·유병주·전효진(2005). 위탁급식업체에 대한 중요도 만족도에 관한 연구: 제주 지역 대학업체를 대상으로. 한국조리학회지, 11(2), 1-25.
- 이경아·류은순(2010). 부산지역 대학교 급식소의 급식서비스 만족도와 고객충성도와 의 관계. 한국식품조리과학회지, 26(4), 413-421.
- 월간식당(2013). 주요 위탁급식업체 소개 및 2013년도 결산.
- 이용철·안선홍(2016). 단체급식 서비스스케이프에 따른 고객감정 반응 및 행동의도에 미치는 영향. 외식경영연구, 19(5), 61-78.
- 장혜자(1995). 대학교 급식소의 성공적인 운영을 위한 필수 관리요소 평가 및 급식 관리기준 개발. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- 전희정·주나미.(1999). 단체급식관리. 경기도: 파워북.
- 정문영·최풍운(1999). 직영 위탁경영에 따른 단체급식의 서비스 질 차이에 관한 연구. 지역연구, 8(2).
- 조영신(2007). 공정성 지각을 통한 항공사 서비스 실패의 회복 후 만족과 전환의도에 관한 연구. 동국대학교 대학원 박사학위논문.

- 지윤호·변정우(2011). 호텔기업의 환경 친화적 객실서비스 요인이 고객만족과 신뢰 및 재방문의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 12(3), 103-124.
- 진양호 외(1999). 단체급식관리. 경기도: 지구문화사.
- 최상철(2006). 외식산업개론. 서울: 대왕사, 153-196.
- 최윤정(1999). 병원급식의 선택 식단체 시행이 단체급식 만족에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 한정혜(1999). 위탁급식 전문 업체 급식 관리자의 직무만족도에 영향을 미치는 요인. 동덕여자대학교 산업대학원 석사학위논문.
- Anderson, A. R.(1985). Consumer Response to Dissatisfaction in Loose Monopolies. *Journal of Consumer Research*, September, 135-141.
- Ajzen, I.(1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Brown, M. J & Hoover, L. W.(1990). Productivity measurement in foodservice past accomplishments a future alternative. *Journal of Diet*, July 90(7), 973-81.
- Richman, F.(1980). Constructive mathematics: Proceedings of the New Mexico State University conference held at Las Cruces, New Mexico, August 11-15, 1980.
- Green, C. G.(1993). Using customer survey to develop marketing strategy in college/university foodservice, *Journal of College & University foodservice*, 1(1), 39-51.
- Lattin,J. M & McAlister, L.(1985). Using a variety-seeking model to identify substitute of complementary, relationships among competing products. *Journal of Marketing Research*, 22(3), 330-339.
- Kwak, T.K., Ryu, E.S., Lee, H.S., Ryu, K., Choi, S.K., Hong, W.S., Keaveney, S. M.(1995). An Exploratory Study, *Journal of Marketing*, 59(Apr), 71-82.

2018년 07월 15일 원고 접수

2018년 08월 20일 최종 수정본 접수 및 게재확정

3인 익명심사 필

항공기 승무원의 직무특성이 직무소진에 미치는 영향

Impacts of Occupational Characteristics of Airline Cabin Crews on Job Exhaustion

명혜리, 김형곤**

Myung, Hye-Ree. Kim, Hyounggon

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effects of occupational characteristics of airline cabin crews on their perceived job exhaustion. The questionnaires were distributed to the 300 domestic flight crews working for Korean Air between July 1, 2017 and August 31, 2017. A total of 266 questionnaires were used for data analysis after eliminating 34 unusable questionnaires. Result of data analysis supported all hypotheses formulated in this study. That is, it was found that perceived autonomy had a negative effect on job exhaustion while other occupational characteristics(specialization, direct interaction with customers, and service accuracy) had positive effects on job exhaustion. It was also found that cabin crews' perceived job exhaustion appeared to be mitigated when their job autonomy was enhanced. Several theoretical and practical implications are provided along with the findings of the study.

주제어 : 항공기 객실승무원(Airplane cabin crew), 직무특성(Job characteristics), 직무소진(Job exhaustion)

* 세종대학교 호텔관광대학 호텔관광경영학과 박사과정, e-mail: hyereemyung@gmail.com

** 교신저자: 세종대학교 관광대학원 교수, e-mail: hkim@sejong.ac.kr