

일부 서울지역 대학식당의 급식서비스에 대한 고객 만족도 평가*

박정숙[†] · 송윤주^{**} · 이연숙^{**} · 백희영^{**}

천안외국어대학 외식산업과, 서울대학교 식품영양학과^{**}

Assessment of Customer Satisfaction of Service Quality in University Foodservices

Jung-Sook Park,[†] Yoon Ju Song,^{**} Yeon-Sook Lee,^{**} Hee Young Paik^{**}

Department of Foodservice Industry, Chonan College of Foreign Studies, Chonan, Korea
Department of Food and Nutrition,^{**} Seoul National University, Seoul, Korea

ABSTRACT

The purpose of the study was to assess customer satisfaction concerning service quality characteristics of university foodservices by using a developed DINESERV model. In particular, it was intended to develop a tool to assess the difference between customer judgements on importance and customers perceptions with actual service delivery by university foodservices. Questionnaires were distributed to 1,000 university students. A total at 820 university students responded with a usable response rate of 77.7%. A statistical data analysis was completed using SAS programs for descriptive analysis ; a t-test, chi-square test and Dunan's multiple range test. The results of the study are as follows : 1) The mean number of students visiting university foodservices per week for males was larger than that of females. The students' first choice depended on distance when they selected foodservices. They answered their preference as the first factor when they order a particular menu items in foodservices. The first complaint factor concerning university foodservices was the price of the food. 2) Customers was not satisfied with the quality of the service of university foodservices. The importance mean score of the service quality was 3.63 out of 5, but the perception mean score of the service quality was 2.87. Therefore, there was a gap(0.76) between the importance score and perception score. 3) Customers' satisfaction with the service quality by dimensions were in the follow order : assurance > reliability > responsiveness > tangibles > empathy. Customers were more satisfied with the service quality of contracted management than that of self-operated facilities. (*Korean J Community Nutrition* (2S) : 324~332, 2000)

KEY WORDS : customer satisfaction · DINESERVE · service quality · university foodservices · importance score · perception score.

서론

대학 급식이란 대학생 및 그 구성 집단을 대상으로 충분한 영양 및 양질의 급식 서비스를 공급하여 개인의 건강증

*본 연구는 1998년도 서울대학교 발전기금(농협) 학술연구비 지원에 의해 이루어진 것입니다.

[†]Corresponding author : Jung-Sook Park, Department of Foodservice Industry, Chonan College of Foreign Studies, 393 Anse-Dong, Chonan, ChungNam 330-705, Korea
Tel : 041) 550-0606, Fax : 041) 550-0657
E-mail : parkjs@mail.chonan-c.ac.kr

진을 꾀하고 동시에 학업 능률 및 직무 능률을 증진시키기 위한 목적으로 실시하는 급식 형태를 의미한다. 외국의 경우 대학 급식소는 기숙사 거주 학생을 위한 급식 뿐 아니라, 교직원 및 학교 밖 거주 학생(off-campus students) 대상 급식, 각종 모임과 특별 행사를 지원하는 급식(catering service), 학교 밖 연회 서비스 등의 다양한 급식 서비스를 제공하고 있다(McCool 등 1994, p39~40). 우리 나라의 경우 대학 급식서비스는 기숙사 급식과 학생과 교직원을 대상으로 하는 급식으로 제한되어 있는 실정이다.

미국 대학 급식소의 경우 급식 품질 관리에 대한 기준을 미국 대학 급식 협회에서 마련하여 체계적인 기반을 조성해

왔으며, 최근 들어서는 소비자의 다양해진 욕구와 재정적 압박으로부터 야기되는 문제들을 급식 서비스 품질 향상과 마케팅 전략 강화에 초점을 두고 해결하려는 노력들이 폭넓게 이루어지고 있다(Kant 등 1991; Dorhman 1993; Dube 등 1994). 대학 급식이 당면하고 있는 여러 가지 문제 중에서 소비자 욕구의 다양화 및 고급화, 인건비 및 식재료비 등 급식 생산비용의 증가, 소비자의 상업성 음식점 선호 증가로 인하여 매년 급식소의 수입이 감소하고 있다고 지적하였다. 이러한 대학 급식소의 어려운 실정을 반영하듯 미국 대학 급식소의 약 50%가 급식 전문 업체에 의해 위탁 운영되고 있다(Dorhman 1993; McCool 등 1994 p224). 이러한 현상은 국내의 대학 급식소에서도 제기되는 문제점이라고 할 수 있다.

대학 급식소는 타 급식소와는 달리 보건 위생법에 의한 규제를 거의 받지 않고 운영되어 왔으며, 소비자의 수가 방학 기간을 제외하면 거의 고정적으로 확보되었을 뿐 아니라 학교 내에 위치한 지리적 이점으로 경쟁력 강화의 필요성에 대한 인식도가 낮다. 저 가격 및 높은 식재료 비율을 기대하는 소비자의 태도로 인해 저임금 체계하의 인력 운영과 운영 수지상 유능한 관리자를 확보하지 못하였으며, 양질의 음식과 서비스의 제공에는 한계를 지니고 있다고 할 수 있다(장미라 등 1996). 이와 같은 대학 급식소의 내적 여건과는 달리 외적 환경은 급속도로 변화하고 있다. 첫째는 대학 급식에 대한 학생들의 기대 수준이 다양화, 고급화되어 가고 있으며, 둘째 상업성 외식 산업의 발전과 더불어 위탁급식 전문업체의 대학 내 진출이 증가하고 있다. 현재 대학 급식은 직접 급식 업무를 관리, 운영하거나 또는 외부의 위탁급식 전문업체에 의해 위탁 운영되고 있거나 급식 시설을 외부인에게 임대하여 운영되고 있다.

이러한 대학 급식소가 지니고 있는 문제의 해결을 위해서는 시스템적 접근 방식에 의한 해결이 요구되며 이를 위해 고객의 기대 수준에 초점을 둔 급식 서비스 품질의 강화(service quality improvement)가 필수적이라고 할 수 있으며, 전략적 마케팅 계획의 수립과 급식 경영면에서는 식당 시설의 재배치, 종업원 및 관리자의 교육, 개발 훈련 등이 필요하다고 할 수 있다(Dorhman 1993; Alvarez 1994). 곽동경(1997)은 전사적 품질 경영(Total Quality Management : TQM) 기법을 급식 산업에 적용시켜 작업 공정의 지속적인 개선 및 향상, 경영에 대한 종업원의 참여를 통한 권능 부여, 팀제의 운영, 과학적 품질 개선 도구 사용 등의 접근 방법을 통해 고객에게 만족을 줄 수 있는 제품(meal)과 서비스 질(service quality)을 지속적으로 개선해야 급변하는 환경에 능동적으로 대처할 수 있다고 지적하였다.

이와 같이 급변하는 환경에 대응하기 위해서는 경영의 대상인 고객의 욕구를 철저히 분석 파악하여 그 결과를 급식소 관리에 신속히 반영하는 고객 만족 경영(customer satisfaction management)의 필요성이 대학교 급식소에서도 필요하다고 할 수 있다. 급식 산업에서의 고객 만족(customer satisfaction)이란 제공되는 식사의 품질과 서비스의 구매와 관련이 있으며, 고객은 실제 제공받은 서비스가 사전 기대치에 일치하거나 더 클 때 만족감을 느끼게 되며, 고객은 방문 급식소를 다시 찾게 되며, 업소를 찾은 잔류 고객은 업소의 이익을 증대시키기 때문이다. 즉 기존 고객을 유지하면 새로운 고객을 발굴하는 것보다 마케팅 비용도 적게 들며 고객을 통해 다른 사람에게 좋게 말해지므로 업소의 이익을 증진시킬 수 있다(곽동경 등 1997; Glomski 1993; Chon 1997). 이상과 같이 현재 대학 급식소는 내적인, 외적인 환경 변화에 신속하게 대응해야 할 시기에 와 있으며, 급식소 운영의 성과와 존립 여부는 고객 만족(customer satisfaction)에 초점을 두고 다양한 고객 만족도 조사를 통해 고객의 불만 원인을 객관적으로 파악하여 개선을 위한 노력을 해야만 한다.

그러나 국내의 경우 타 급식 분야와는 달리 대학 급식에 관한 연구는 저조한 실정이다. 몇몇 연구자들에 의해 일부 지역 대학생들의 외식 행동에 관한 연구(노정미 등 1989; 노정미 등 1990; 한명주b 1992)와 대학 식당의 관리 실태 조사 및 관리개선을 위한 시스템적 연구와 대학급식 운영체제에 대한 연구, 대학 급식소의 운영의 서비스 품질 관리 활동 평가를 중심으로 몇 대학에 그치고 있다(김 1986; 장미라 등 1996; 곽동경 등 1997).

본 연구에서는 DINESERV model(Stevens 등 1995)을 이용하여 급식소의 성공적인 운영에 필수적인 관리 분야의 한 요소인 급식 서비스 품질(service quality)에 대한 대학교 식당을 이용하는 소비자의 만족도에 관한 조사 연구를 시행하였다. 대학교 내 급식소를 이용하는 소비자는 크게 교직원과 학생들로 나눌 수 있는데 본 연구에서는 학생들을 대상으로 대학 식당의 고객 만족도와 종합적인 급식 서비스 현황을 측정하기 위하여 다음과 같은 연구를 수행하고자 한다. 첫째, DINSERVE model을 적용하여 소비자의 만족도를 평가하기 위하여 급식 서비스 품질을(service quality) 측정하는 도구를 개발하였다. 둘째, 소비자가 기대하는 서비스에 대한 중요도(Importance)와 실제 소비자가 식당으로부터 제공받는 급식서비스에 대한 인지 정도(Perception)를 측정하여 대학 식당에 대한 소비자의 급식 서비스 품질에 대한 만족도(Satisfaction)를 평가하였다.

조사 대상 및 방법

1. 조사대상 및 기간

서울 소재 S대학교 교내에 소재 하는 10개의 식당을 이용하는 소비자 약 2만 3천여 명을 대상으로 이중 1,000명을 편이 추출법에 의거하여 무작위(random sampling)로 각 운영형태-직영, 급식전문업체 의한 위탁경영(비직영) 별로 각각 700명, 300명을 선발하였다. 설문지의 본 조사는 1998년 6월 1일부터 6월 12일에 걸쳐 잘 훈련된 학생 조사요원 20명이 조사 대상 식당을 직접 방문하여 학생 이용객을 대상으로 가장 이용을 많이 하는 식사시간을 전후로 하여 설문지를 배포하여, 연구 목적을 이해시킨 뒤 작성하게 하여 수거하였다. 총 1,000부 설문지 중 총 820부를 회수하여 회수율은 82.0%였으며 이중 부실하게 기재된 것을 제외하고 총 777부(77.7%)를 분석 자료로 이용, 통계 처리하였다.

2. 조사 방법 및 내용

본 연구를 위한 설문지 중 제공 서비스에 대한 고객 만족도 조사는 식당에서 고객에게 제공하는 서비스의 질(quality)을 조사하기 위하여 개발된 "DINESERV" 모델(Stevens 등 1995)과 기존의 문헌을 참조하여 본 조사의 연구 목적에 적합한 설문지를 측정 도구로 개발하여 사용하였다. 연구에 사용된 설문지는 대학 식당에 대한 고객 만족도 평가를 위하여 소비자에 대한 일반 사항, 대학 식당 이용 실태를 조사하도록 구성되었으며, 급식 서비스 품질(service quality)에 대한 만족도를 측정하기 위하여 급식 서비스 품질에 대한 소비자의 기대 정도를 측정하는 서비스 품질에 대한 중요도(Importance)와 실제 식당에서 제공하는 급식서비스의 소비자의 인지 정도를 측정하는 수행도(Perception)의 두 영역으로 구성되었다. 식당에서 제공되는 급식 서비스 품질 특성은 다섯 영역 [Tangibles(유형성), Reliability(신뢰성), Responsiveness(응답성), Assurance(확실성), Empathy(공감성)], 27 문항으로 구성되었으며, 각 문항에 대한 중요도와 수행도에 대한 평가는 5점 척도법을 사용하여 평가하였다. 중요도에서는 매우 중요하다, 수행도에서는 매우 좋다는 5점으로, 그렇지 않은 경우를 1점으로 표기하였다. 고객 만족도는 수행도와 중요도와의 차이(gap)로 평가하며 그 차이가 클수록 만족도는 높다고 해석하였다. 개발된 설문지의 예비 조사는 1998년 5월 25일 S대학교 식품영양학과 교수 및 대학원생과 식당을 이용하는 학생들에게 배부하여(총 62부), 내용의 이해력, 정확성, 적절성 등을 평가하여 설문지의 내용의 수정, 보완에 이용하였다.

3. 자료 분석

수집된 설문지의 통계 처리는 SAS package program(조인호 1993)을 이용하여 분석하였다. 조사대상자의 일반사항은 빈도수, 백분율, 평균과 표준편차의 기술통계량을 산출하였으며 고객 만족도에 관한 27문항별 및 각 영역(서비스 5영역)에 대한 중요도, 수행도, 중요도와 수행도 간의 차이(gap)의 평균 점수를 산출하였다. 각 영역의 속성에 대해 운영 형태별, 각 변이별 유의성 검증을 하기 위하여 t-test, Anova test, Duncan의 다중 검증법을 이용하여 집단간의 차이를 규명하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자들의 일반적 특성은 남학생이 567명(73.0%), 여학생이 210명(27.0%)이었으며 학년별 분포도는 비슷하였다(Table 1).

2. 대학 식당의 이용 실태

Table 2에 제시된 바와 같이 대학 식당을 일주일동안 이용하는 평균횟수는 남학생이 약 8.1회, 여학생은 약 6.2회로 여학생보다 남학생의 이용횟수가 더 많았다($p < 0.001$). 학년별 주당 이용하는 횟수에도 유의적으로 차이가 있었으며 고학년으로 갈수록 주당 이용횟수는 증가하는 경향을 보였는데 이는 학교 안에서 머무는 시간이 증가하기 때문일 것으로 사료된다($p < 0.001$)(Table 3).

학생들이 대학 식당 선택을 선택할 때 고려하는 사항들을

Table 1. Distribution of study subjects by grade and sex

Year	Male	Female	Total
	No(%) ¹⁾	No(%) ¹⁾	No(%) ¹⁾
Freshman	78(67.8)	37(32.2)	115(100.0)
Sophomore	88(68.2)	41(31.8)	129(100.0)
Junior	146(71.9)	57(28.1)	203(100.0)
Senior	115(74.2)	40(25.8)	155(100.0)
Graduate	140(80.0)	35(20.0)	175(100.0)
Total	567(73.0)	210(27.0)	777(100.0)

Distributions are significantly different between year and sex($p < 0.05$)

1) % of total subjects of the same year

Table 2. Number of people visiting university foodservices per week by sex

Sex	Visiting No/wk	Significance level
Male(n=553)	8.07 ± 3.86 ¹⁾	***
Female(n=191)	6.15 ± 3.05	

1) Mean ± S.D.

*** : Significantly different at $p < 0.001$ by t-test

살펴보면, 학생들은 식당의 위치(근접 용이성)를 가장 먼저 고려하였으며, 다음으로 음식의 맛, 가격, 배식시간 등을 고려하는 것으로 조사 결과 나타났다(Fig. 1). 이는 학생들은 강의 시간에 맞추어 식사를 해야 하고 제한된 시간 내에 식사를 해야 하는 시간적 제약을 받기 때문에 식당 선택할 때 거리를 최우선 고려 조건이라고 응답하였다고 할 수 있다. 그러나 직장인들은 식당을 선택할 때 맛을 가장 우선적으로 고려하며 2순위가 서비스로 조사되었다(Hotel & Restaurant 1997). 서울지역 대학식당의 이용실태를 조사한 한명주(1992a)의 연구 결과에서는 대학생들이 학교 식당을 선택할 때 제일 먼저 고려하는 것은 가격이었다. 대학 식당에서 메뉴를 선택할 때에는 학생들은 개인의 기호도를 가장 우선적으로 고려하였고 다음으로 음식의 맛, 가격, 대기시간의 순이었다(Fig. 2). 학생들의 대학 식당에 대한 불만 사항 중에서는 가격(28.0%)에 대한 불만이 가장 많았으며,

그 다음으로 대기 시간(21.0%), 음식의 맛(15.0%), 메뉴의 다양성(14.0%) 순이었다(Fig. 3).

3. 급식 서비스 품질 특성에 대한 만족도 조사 결과

대학식당을 이용하는 학생들을 대상으로 식당에서 제공하여야 할 급식서비스 구성 요소 중에서 제공되는 서비스 품질에 대하여 얼마나 중요하게 생각하는 정도(중요도; 사전기대치)와 실제 이용객이 느끼기에 식당이 실행하는 정도(수행도)를 각 서비스 품질 특성 영역(Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy)별, 27항목을 5점 척도로 평가하고 수행도와 중요도의 차이(수행도 - 중요도)를 구하여 대학식당의 급식서비스에 대한 학생들의 만족도를 평가하였다. 만족도는 수행도와 중요도 값의 차이로 측정되어질 수 있는데 수행도가 중요도 값보다 클수록 만족도는 증가하며, 수행도가 중요도 값보다 작을수록 만족도 점수는 감소한다.

급식서비스를 구성하는 서비스 품질특성을 나타내는 5영역 중에서 유형성(Tangibles) 영역은 식당의 외관, 실내 인테리어, 주변환경, 분위기, 종업원의 복장, 화장실, 메뉴판의 구성 등 실제 소비자가 식당을 방문하였을 때 직접 경험하는 영역이라 할 수 있으며, 신뢰성(Reliability) 영역은 배식의 신속성과 정확성, 일관된 서비스, 불만 사항의 신속한 해결 및 계산의 정확성에 대한 평가를 하는 영역이다. 반응성(Responsiveness) 영역은 유료 또는 무료 서비스 제공에 대한 종업원의 태도 및 종업원의 메뉴에 대한 지식을 평가하며, 확실성(Assurance) 영역은 전체적인 종업원들의 태도, 친절도 및 훈련 정도에 대한 평가를 하고, 마지막으로 공감성(Empathy) 영역은 고객과 종업원간의 관계에 관한 부분을 평가한다.

Table 4는 다섯 영역의 각 항목에 대한 중요도, 수행도, 만족도(수행도 - 중요도)를 정리하였다. 서비스 품질을 구성하는 다섯 영역에 대한 중요도의 전체 평균은 3.63이나 실제 제공받는 서비스의 수행에 대한 인식 정도는 평균 2.87로 기대 수준을 상회하지 못하여 학생들은 대학 식당의 급식서비스에 대하여 만족하고 있지 않았다. 다섯 영역 중에서 가장

Table 3. Number of people visiting university foodservices per week by grade

Grade	Visiting No/wk	Significance level
Freshman (n=109)	6.59±3.07 ^{1a}	
Sophomore (n=128)	6.46±3.83 ^b	
Junior (n=200)	7.82±3.99 ^b	***
Senior (n=148)	8.07±3.99 ^b	
Graduate (n=159)	8.77±3.45 ^c	

1) Mean±S.D.
abc : Different superscripts in the same column indicate significant differences(p<0.001) by Duncan's multiple comparison test

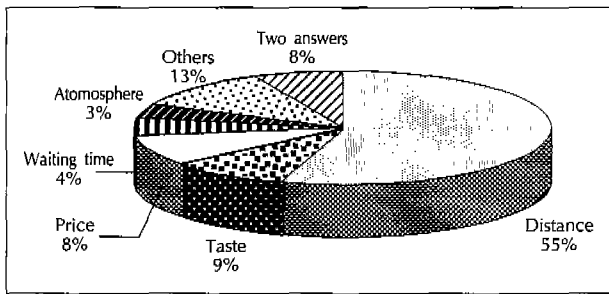


Fig. 1. Consideration factors for selecting university foodservices by students.

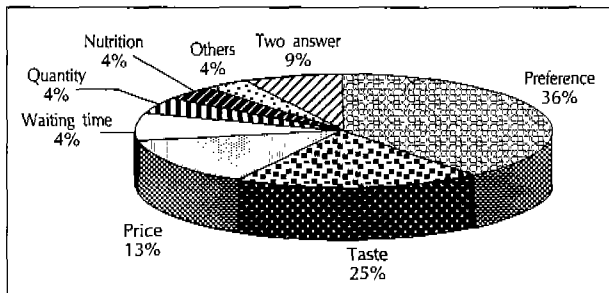


Fig. 2. Consideration factors for selecting menu items by students.

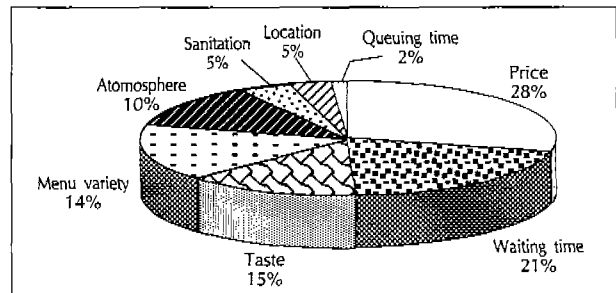


Fig. 3. Complaint factors of university foodservices by students.

Table 4. Assessment of the service quality of university foodservices

(Mean ± S.D.)

Dimension	Factor*	Importance ¹⁾	Perception ²⁾	Satisfaction ³⁾
Tangibles	1	3.40 ± 0.87	3.07 ± 0.75	-0.33 ± 1.20
	2	3.28 ± 0.81	2.81 ± 0.84	-0.47 ± 1.22
	3	3.68 ± 0.77	2.89 ± 0.76	-0.79 ± 1.13
	4	3.41 ± 0.93	2.26 ± 0.88	-1.16 ± 1.44
	5	3.76 ± 0.90	3.06 ± 0.81	-0.70 ± 1.21
	6	4.43 ± 0.70	2.84 ± 0.86	-1.58 ± 1.16
	7	3.00 ± 1.02	2.89 ± 0.69	-0.12 ± 1.30
	8	4.28 ± 0.68	3.10 ± 0.79	-1.18 ± 1.07
	9	3.96 ± 0.93	2.71 ± 0.95	-1.26 ± 1.46
	10	3.55 ± 0.96	2.48 ± 0.91	-1.07 ± 1.41
	11	3.45 ± 0.86	3.01 ± 0.75	-0.45 ± 1.22
	12	3.95 ± 0.72	2.71 ± 0.88	-1.24 ± 1.23
	Total	3.68 ± 0.46	2.82 ± 0.49	-0.86 ± 0.71
Reliability	13	4.16 ± 0.67	2.87 ± 0.93	-1.29 ± 1.24
	14	3.76 ± 0.80	2.96 ± 0.71	-0.80 ± 1.10
	15	3.95 ± 0.84	2.44 ± 0.75	-1.51 ± 1.22
	16	3.85 ± 0.81	3.30 ± 0.84	-0.55 ± 1.13
	17	3.83 ± 0.90	3.91 ± 0.85	0.08 ± 1.10
	Total	3.91 ± 0.55	3.10 ± 0.51	-0.81 ± 0.73
Responsiveness	18	4.19 ± 0.64	2.53 ± 0.84	-1.66 ± 1.12
	19	3.85 ± 0.75	3.10 ± 0.93	-0.74 ± 1.22
	20	3.06 ± 0.86	3.01 ± 0.55	-0.04 ± 0.97
	Total	3.70 ± 0.52	2.88 ± 0.55	-0.81 ± 0.76
Assurance	21	3.89 ± 0.75	3.10 ± 0.85	-0.79 ± 1.15
	22	3.04 ± 0.95	2.45 ± 0.81	-0.60 ± 1.30
	23	3.38 ± 0.80	3.03 ± 0.66	-0.35 ± 0.98
	24	3.01 ± 0.84	2.99 ± 0.60	-0.02 ± 0.97
	Total	3.33 ± 0.62	2.89 ± 0.49	-0.44 ± 0.78
Empathy	25	3.61 ± 0.91	2.79 ± 0.80	-0.82 ± 1.24
	26	3.76 ± 0.81	2.62 ± 0.73	-1.14 ± 1.18
	27	3.27 ± 0.96	2.58 ± 0.77	-0.69 ± 1.25
	Total	3.55 ± 0.73	2.67 ± 0.61	-0.88 ± 1.00
Total		3.63 ± 0.45	2.87 ± 0.41	-0.76 ± 0.61

1) Importance : 5=very important 1=not important

2) Perception : 5=very good 1=very bad

3) Satisfaction=Perception - Importance

*Explanation of Factors

Tangibles

- | | | |
|------------------|-----------------------|------------------|
| 1. 식당의 외관 및 주변환경 | 2. 식당 내부의 인테리어 장식 | 3. 식탁 및 의자의 안락성 |
| 4. 조용한 분위기 | 5. 급식종업원의 청결하고 단정한 외모 | 6. 적절한 가격대의 메뉴제공 |
| 7. 메뉴판의 구성 및 모양 | 8. 식당홀의 청결성 | 9. 화장실의 청결성 |
| 10. 식사후 휴식공간 | 11. 배식구, 반납구의 위치 | 12. 냉방, 난방 |

Reliability

- | | | |
|---------------------|--------------|------------------|
| 13. 배식의 신속성 | 14. 서비스의 일관성 | 15. 불만사항의 즉각적 수정 |
| 16. 배식(주문한 메뉴)의 정확성 | 17. 계산의 정확성 | |

Responsiveness

- | | |
|-----------------------------------|----------------------|
| 18. Peak time에도 신속하고, 질높은 서비스의 제공 | |
| 19. 추가요청에 대한 서비스의 제공 | 20. 급식종업원의 메뉴에 대한 지식 |

Assurance

- | | | |
|--------------------|-----------------------|-----------------|
| 21. 급식종업원의 친절성 | 22. 새로운 메뉴 홍보 및 판촉 활동 | 23. 잘 훈련된 급식종업원 |
| 24. 종업원간의 긴밀한 의사소통 | | |

Empathy

- | | | |
|-------------------|-----------------|----------------------|
| 25. 고객에 대한 극진한 태도 | 26. 고객제안에 대한 반응 | 27. 고객과 종업원간의 공감대 형성 |
|-------------------|-----------------|----------------------|

만족도가 높은 항목은 신뢰성(Reliability)영역에서 계산의 정확성 부분으로 나타났으며, 만족도가 가장 낮은 항목은 반응성(Responsiveness) 영역에서 학생들이 집중적으로 몰릴때(peak time) 양질의 서비스를 신속하게 제공하지 못하는 대한 불만족이 가장 크게 나타났다. 각 영역에 대한 만족도 중에서 확실성(Assurance) 영역의 만족도 점수가 다른 영역보다 높았는데, 이는 수행도는 다른 영역과 차이가 없었으나 학생들의 대학식당에 기대하는 중요도가 낮았기 때문이다. 만족도가 가장 낮은 영역은 공감성(Empathy) 영역으로 중요도도 타 영역에 비해 낮았으며, 수행도가 가장 낮았다. 이는 대학 식당의 운영형태가 자율 배식 형태가 많고 이용객에 비하여 급식 종업원의 수도 부족하고, 이로 인해 고객과 종업원과의 접촉의 기회가 적기 때문이라 할 수 있다.

Table 5에는 다섯 영역의 각 항목에 대한 중요도, 수행도, 만족도를 성별로 나누어 정리하였다. 대학 식당에 대한 서비

Table 5. Assessment of the service quality of university foodservices by sex (Mean±S.D.)

Dimension	Male (n=580)	Female (n=197)	Significance level
Tangibles			
Importance ¹⁾	3.64±0.46	3.81±0.41	***
Perception ²⁾	2.83±0.49	2.77±0.46	
Satisfaction ³⁾	-0.80±0.73	-1.04±0.63	***
Reliability			
Importance	3.88±0.56	3.99±0.49	**
Perception	3.08±0.52	3.13±0.48	
Satisfaction	-0.80±0.76	-0.86±0.67	
Responsiveness			
Importance	3.69±0.52	3.72±0.54	
Perception	2.90±0.57	2.84±0.51	
Satisfaction	-0.79±0.77	-0.88±0.73	
Assurance			
Importance	3.30±0.62	3.72±0.54	***
Perception	2.92±0.49	2.83±0.49	*
Satisfaction	-0.38±0.77	-0.61±0.78	***
Empathy			
Importance	3.51±0.74	3.64±0.69	*
Perception	2.70±0.60	2.59±0.63	*
Satisfaction	-0.81±1.01	-1.06±0.96	***
Total			
Importance	3.60±0.45	3.72±0.43	**
Perception	2.89±0.41	2.83±0.39	
Satisfaction	-0.72±0.62	-0.89±0.58	***

1) Importance : 5=very important 1=not important
 2) Perception : 5=very good 1=very bad
 3) Satisfaction=Perception - Importance
 *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001 significantly different by t-test

스 품질의 만족도는 남학생이 여학생보다 유의적으로 높았다 (p<0.001). 여학생들의 대학식당에 대한 서비스 품질의 중요도(3.72)가 남학생보다(3.60) 높았으나 실제 느끼는 대학식당의 수행도는 남학생보다(2.89) 여학생이(2.83) 낮았기 때문이다. 성별에 따른 각 영역별 품질 특성에 대하여 살펴보면, 유형성(Tangibles), 확실성(Assurance), 공감성(Empathy) 영역에 대한 만족도는 성별에 따른 유의적인 차이가 있었으나, 신뢰성(Reliability) 및 반응성(Responsiveness) 영역에서는 성별에 따른 만족도의 차이가 나타나지 않았다.

Table 6은 다섯 영역의 각 항목에 대한 중요도, 수행도, 만족도의 학년별 차이에 대하여 조사한 결과를 정리하였다. 급식 서비스 품질에 대한 전체 만족도의 학년별 차이는 없었으나, 유형성(Tangibles) 영역에서 수행도에서 학년간 유의적인 차이가 있었으며(p<0.05), 신뢰성(Reliability) 영역에서 수행도(p<0.01)와 만족도(p<0.05)에서 유의적인 차이가 있었다.

Table 7는 식당 운영 형태별(직영, 위탁 경영) 만족도 차이를 나타내고 있다. 대학 식당이 제공하는 전반적인 급식 서비스에 대한 학생들의 기대 수준을 나타내는 중요도는 학교 당국에서 운영에 관여하는 직영 식당과 급식 전문업체에 위탁하여 운영되고 있는 식당은 유의적인 차이가 없었다. 그러나 수행도 측면에서는 위탁 경영되는 식당의 수행도 점수가 직영 식당보다 유의적으로 높았으며(p<0.01), 전체적인 만족도도 위탁 경영되는 식당이 직영 식당보다 유의적으로 높았다(p<0.01). 특히 유형성(Tangibles) 영역에서 직영 식당이 위탁 경영 식당보다 수행도가 훨씬 낮았다. 이는 직영 식당은 위탁 경영 식당보다 식당의 실내 인테리어 및 건물의 외부 환경 등과 같은 공간적인 측면에 대한 고객의 요구를 충족시키지 못하고 있음을 알 수 있다. 고객 만족(Customer Satisfaction)이란 고객 스스로가 결정하는 것으로 식당의 경영 주체는 고객 만족의 본질을 충분히 이해하여야 하는데 대학식당에 대한 학생들의 요구가 단순히 저렴한 한 끼의 식사를 해결하는 장소에서 깨끗하고 분위기 있는 공간에서 식사뿐 아니라 휴식을 취할 수 있는 장소로서의 역할도 대학 식당에 기대하고 있다고 할 수 있다.

요약 및 결론

본 연구는 대학 식당을 이용하는 학생들을 대상으로 대학 식당의 종합적인 급식 서비스 현황을 측정하기 위하여 DI-NERVE 모델을 적용한 설문지를 개발하여 학생들을 대상으로 대학 식당에 대한 급식 서비스 품질(service quality)에 대한 만족도를 조사하여 대학 식당에 대한 고객 만

족도 평가(customer satisfaction assessment)를 수행하였다. 대학 식당을 이용하는 학생들의 대학 식당 이용 실태와 학생들이 대학 식당에 기대하는 급식 서비스에 대한 중요도(Importance)와 실제 제공받는 서비스의 인지 정도(Perception : 수행도)를 5점 척도로 평가하여 수행도와 중요도의 차이를 구하여 급식서비스에 대한 만족도(Satisfac-

tion)를 평가한 결과를 요약하면 다음과 같다.

- 1) 대학생들은 대학 식당을 주당 평균 남학생이 약 8.1회, 여학생은 약 6.2회 이용하였으며 성별에 따라 유의적인 차이가 있었다. 학년별로도 주당 이용하는 횟수에도 차이가 났으며 고학년으로 갈수록 주당 이용횟수는 증가하였다.
- 2) 학생들은 대학 식당을 선택할 때 식당의 위치를 가장

Table 6. Assessment of the service quality of university foodservices by grade (Mean±S.D.)

Dimension	Freshman	Sophomore	Junior	Senior	Graduate	Significance level
Tangibles						
Importance ¹⁾	3.65±0.42	3.66±0.44	3.67±0.50	3.72±0.46	3.68±0.45	
Perception ²⁾	2.81±0.46	2.82±0.48	2.88±0.50	2.75±0.52	2.79±0.47	*
Satisfaction ³⁾	-0.84±0.61	-0.84±0.75	-0.79±0.71	-0.98±0.77	-0.89±0.69	
Reliability						
Importance	3.99±0.57	3.81±0.51	3.91±0.57	3.96±0.58	3.89±0.49	
Perception	3.23±0.46	3.14±0.52	3.09±0.47	3.02±0.53	3.04±0.56	**
Satisfaction	-0.76±0.65	-0.67±0.73	-0.82±0.71	-0.94±0.82	-0.85±0.72	*
Responsiveness						
Importance	3.69±0.49	3.67±0.52	3.73±0.54	3.67±0.54	3.69±0.51	
Perception	2.88±0.50	2.88±0.58	2.93±0.53	2.83±0.59	2.88±0.56	
Satisfaction	-0.81±0.72	-0.81±0.82	-0.80±0.70	-0.84±0.84	-0.81±0.75	
Assurance						
Importance	3.32±0.65	3.28±0.61	3.32±0.64	3.40±0.63	3.33±0.58	
Perception	2.85±0.45	2.89±0.48	2.93±0.53	2.86±0.53	2.89±0.47	
Satisfaction	-0.47±0.76	-0.39±0.78	-0.39±0.71	-0.54±0.87	-0.44±0.76	
Empathy						
Importance	3.58±0.75	3.39±0.74	3.55±0.80	3.59±0.68	3.58±0.66	
Perception	2.60±0.53	2.64±0.56	2.69±0.68	2.61±0.64	2.73±0.57	
Satisfaction	-0.98±0.95	-0.75±0.99	-0.85±1.02	-0.98±1.02	-0.85±0.97	
Total						
Importance	3.65±0.44	3.56±0.43	3.63±0.47	3.67±0.46	3.63±0.41	
Perception	2.87±0.36	2.87±0.37	2.90±0.41	2.81±0.44	2.87±0.41	
Satisfaction	-0.77±0.54	-0.69±0.61	-0.73±0.58	-0.86±0.69	-0.77±0.60	

1) Importance : 5=very important 1=not important
 2) Perception : 5=very good 1=very bad
 3) Satisfaction=Perception - Importance
 *p<0.05, **p<0.01 significantly different by Anova test

Table 7. Assessment of the service quality of university foodservices by operation type (Mean±S.D.)

Dimension	Importance ¹⁾		Perception ²⁾		Satisfaction ³⁾			
	A	B	A	B	A	B		
Tangibles	3.66±0.46	3.71±0.46	2.66±0.40	3.10±0.49	**	-1.00±0.67	-0.61±0.72	**
Reliability	3.88±0.56	3.96±0.52	*	3.04±0.48	3.20±0.56	-0.84±0.74	-0.76±0.72	
Responsiveness	3.69±0.53	3.71±0.52	2.82±0.51	2.99±0.60	-0.87±0.76	-0.72±0.75		
Assurance	3.32±0.63	3.35±0.61	2.84±0.47	2.99±0.52	-0.48±0.79	-0.37±0.75	*	
Empathy	3.51±0.73	3.61±0.72	2.62±0.59	2.75±0.64	-0.89±1.00	-0.86±0.99		
Total	3.61±0.45	3.67±0.43	2.80±0.36	3.00±0.44	**	-0.82±0.60	-0.67±0.61	**

A : Self-operated B : contracted management

1) Importance : 5=very important 1=not important
 2) Perception : 5=very good 1=very bad
 3) Satisfaction=Perception - Importance
 *p<0.05, **p<0.01 significantly different by t-test

먼저 고려하였으며 그 다음으로 음식의 맛, 가격, 배식시간 등을 고려하였다. 메뉴를 선택 할 때는 개인의 기호도를 우선적으로 고려하였고 다음으로 음식의 맛, 가격, 대기시간의 순이었다. 대학 식당에 대하여 가격에 대한 불만이 가장 높았고 그 다음이 대기 시간과 음식 맛이였다.

3) 학생들을 대학 식당에서 제공하는 서비스 품질에 대하여 만족도는 기대수준을 상회하지 못하는 것으로 평가되었다. 확실성(Assurance) 영역의 만족도가 다른 영역보다 높았으며, 공감성(Empathy)영역의 만족도가 가장 낮았다.

4) 대학 식당에 대한 전반적인 급식 서비스 품질에 대한 만족도는 남학생이 여학생보다 높았다. 여학생들의 대학 식당에 대한 서비스 품질의 중요도가 남학생보다 높았으나 실제 느끼는 대학 식당의 수행도는 남학생보다 여학생이 낮았기 때문이다. 성별에 따른 각 영역별 품질 특성에 대하여 살펴보면, 유형성(Tangibles), 확실성(Assurance), 공감성(Empathy) 영역에 대한 만족도는 성별에 따른 유의적인 차이가 있었으나, 신뢰성(Reliability) 및 반응성(Responsiveness) 영역에서는 성별에 따른 만족도의 차이가 없었다.

5) 직영 식당과 급식 전문업체에 위탁하여 운영되고 있는 식당에 대한 학생들의 서비스 품질에 대한 기대 정도(중요도)의 차이가 없었으며, 수행도는 위탁 경영 식당이 직영 식당보다 높게 평가되었으며, 전반적인 만족도는 위탁 경영 식당에서 직영 식당보다 높았다. 특히 유형성(Tangibles) 영역에서 위탁 경영 식당의 수행도가 직영 식당보다 수행도가 높았다.

이상의 결과로 볼 때, 학생들은 대학 식당이 제공하는 급식 서비스 품질에 대하여 대학 식당의 수행도는 학생들의 기대 수준을 상회하지 못하였으므로 학생들은 대학 식당에서 제공하는 급식서비스에 대하여 만족하고 있지 않음을 조사 결과 나타났다. 학생들은 급식 전문 업체에 의해 운영되는 식당의 급식 서비스에 대한 만족도가 직영 식당보다 높았다. 학생들의 대학 식당에 대한 기대 수준이 다양화, 고급화 되어가고 있으므로 대학 식당은 급식 서비스 향상을 위해서는 고객의 기대 수준에 초점을 둔 급식 서비스 품질의 강화를 위한 시스템적 접근 방식의 해결이 요구된다. 대학 식당은 설문지를 통한 정기적인 고객 만족도 조사를 실시하여 고객의 불만 사항을 파악한 뒤, 불만 사항 중에서 가장 불만족도가 높은 항목을 선정한 뒤 수정한다. 한 예로 본 연구 조사 결과 고객 집중 시간(peak time)에 신속하고 제공 받는 서비스에 대한 고객들의 불만족도가 가장 컸으므로, 대학 식당 측은 서비스의 질을 높이기 위하여 추가로 종업원을 고용하여야 하지만 이로 인한 고용 비용의 증가는 원가 부담으로 갈 수 있다. 그러나 종업원을 고용하는 대신 고

객 집중 시간(peak time)을 정한 뒤 이 시간 전·후로 일정시간 대를 정하여 판매 메뉴의 가격 할인을 해주어 고객 분산을 유도할 수도 있을 것이다. 그러나 이러한 수정 방안을 시행한 뒤, 일정 기간 경과 후 식당 경영자측은 고객 만족도 조사를 다시 실시하여 불만 사항의 수정에 대한 고객들의 만족도 여부를 확인해야 하며, 만족이 확인되었다면 또 다른 불만 사항들의 수정을 실행해야 한다. 이러한 과정은 고객들의 불만이 사라질 때까지 계속되어야 하는 일련의 질 향상 과정(Quality improvement process)이 되어야 한다. 고객 만족(customer satisfaction)이란 고객의 입장에서 평가하는 것이므로 대학 식당은 학생들의 기대 수준을 파악한 뒤 만족도를 향상시키는 노력이 필요할 것이다. 또한 식당 이용객들이 외부 고객(external customer)이라면 식당에서 일하고 있는 종업원은 내부 고객이며 내부 고객(internal customer)의 만족 없이 급식 서비스 품질 향상은 기대할 수 없으므로 종업원들에게 잘하는 것도 서비스의 질을 높이는 길이라고 할 수 있다.

학생들은 대학 식당이 식사뿐 아니라 휴식을 즐길 수 있는 장소로도 이용하기를 기대하므로 식당의 내·외적인 환경 개선 및 서비스의 질을 높이려는 노력을 해야 한다. 고객 만족이란 항상 고객을 만족시키며 감동적인 경험을 하게 하는 것으로 급식 업체의 이윤과 밀접한 관계가 있으므로 대학 식당 측은 정기적인 고객 만족도 조사를 통한 급식 서비스의 품질을 평가하여 고객의 요구를 파악함으로써, 향후 식당 운영에 반영하여 양질의 급식 서비스 제공으로 고객의 최대 만족과 매출의 증대를 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 곽동경 · 장혜자(1997) : 대학급식소 성공적인 운영을 위한 필수관리 요소 평가 : 서브 쉐모텔을 활용한 서비스 품질관리 활동 평가. *대한영양사회학술지* 3(2) : 123-140
- 김남희(1986) : 대학 급식시설의 관리 실태 조사 및 급식관리 개선을 위한 시스템적 연구. 연세대학교 대학원 석사학위 논문
- 노정미 · 유영상(1989) : 한국지역 대학생의 외식실태 및 기호도 조사연구(I). *대한가정학회지* 27(2) : 51-58
- 노정미 · 유영상(1990) : 한국지역 대학생의 외식실태 및 기호도 조사연구(II). *대한가정학회지* 27(4) : 51-58
- 안숙자(1989) : 서울지역 대학생들의 외식 행동에 관한 연구. *한국식문화학회지* 4(4) : 383-394
- 장미라 · 곽동경(1996) : 사업체 급식소 근로자의 급식서비스 질에 대한 만족도 조사. *대한영양사회학술지* 2(1) : 81-91
- 장혜자 · 곽동경(1996) : 대학급식소 운영체제에 대한 소비자 및 당국의 태도. *대한영양사회학술지* 2(1) : 92-104
- 조인호(1993) : SAS 강좌와 통계컨설팅. 제일경제연구원
- 한명주(1992a) : 서울지역 대학식당의 이용실태조사. *한국식문화학*

- 회지 7(2) : 113-118
- 한명주(1992b) : 서울지역 대학생들의 패스트푸드의 외식행동에 관한 실태조사. *한국식문화학회지* 7(2) : 91-96
- 호텔 & 레스토랑(1997) : 직장인 외식실태 앙케트, pp.84-91
- Alvarez RJ(1994) : Managing total quality in foodservice. *Food Technology* 48(9) : 140-142
- Chon K(1997) : Strategies for service quality management in restaurant and hospitality industry. *Food Industry & Nutrition* 2(2) : 24-29
- Dorhman SK(1993) : Manager's profile and viewpoint. *J of College & University Foodservice* 1(1) : 63-69
- Dube L, Renaghan LM, Miller JM(1994) : *The Cornell HRA Quarterly* 35(1) : 39-47
- Golomski WA(1993) : Total quality management and the food industry : Why is it important. *Food Technology* 47(5) : 74-78
- Kant AK, Schatzkin A, Ziegler RG, Nestle M(1991) : Dietary diversity in the US population, NHANES II, 1976-1980. *J Am Diet Assoc* 91(12) : 1526-1531
- McCool CA, Smith FA, Tucker DL(1994) : Dimensions of noncommercial management. *Van Nostrand Reinhold* 224 : 39-49
- Stevens P, Knutson B, Patton M(1995) : Dineserv : A tool for measuring service quality in restaurant. *The Cornell HRA Quarterly* 36(2) : 56-60