

## 단체급식소의 운영방식에 따른 이용고객의 급식 서비스 인식도 조사

차영숙 · 광동경<sup>1\*</sup> · 홍완수<sup>2\*\*</sup>

국세청 · 연세대학교 생활과학대학 식품영양학전공<sup>\*</sup> · 상명대학교 자연과학대학 외식영양학전공<sup>\*\*</sup>

The Analysis of Customers Perception on Foodservice Quality according  
to the Types of Foodservice

Cha Young Sook · TongKyung Kwak<sup>1\*</sup> · WanSoo Hong<sup>2\*\*</sup>

*National Tax Service of Korea*

*Dept. of Food & Nutrition, Yonsei University<sup>\*</sup>*

*Major in Foodservice Management & Nutrition, Sangmyung University<sup>\*\*</sup>*

### ABSTRACT

This research was conducted to analyze the difference of perception of employee-feeding foodservice according to the types of foodservice. To survey the perception of employee-feeding foodservice among customers, the questionnaire consisted of the perception of employee-feeding foodservice. The questionnaires were sent to randomly selected customers of employee-feeding foodservice 120 each at two public organizations, two companies and two colleges, SPSS was used for descriptive analysis, computing Cronbach's Alpha value and Anova test. 678 of users of self-managed foodservices, and 660 of contracted foodservices, total 1,338 answered for the survey. Among them 67.9%(69.9% at self-managed foodservices, 65.9% at contracted foodservices) were male and 32.1%(30.1% at self-managed foodservices, 34.1% at contracted foodservices) were female. As for the age group, twenties were the major with 48.5% at self-managed foodservices, 56.2% at contracted foodservices. For the reason of visiting cafeteria low price was answered by 40.9% at self-managed foodservices, while approachable location were ranked first by 45% at contracted foodservices. Foodservice perception evaluation of foodservice in four categories showed significant differences : quality of the foods( $p<0.001$ ), sanitation( $p<0.05$ ), tangibility( $p<0.001$ ), empathy( $p<0.05$ ). Among the four categories tangibility( $2.80\pm 0.69$ ) showed the highest

---

접수일 : 2003년 6월 18일, 채택일 : 2003년 7월 15일

<sup>1</sup>Corresponding author : TongKyung Kwak, Department of Food and Nutrition, Yonsei University, Sinchon-dong 134, Seodaemoon Ku, Seoul 120-749, Korea

Tel : 02)2123-3120, Fax : 02)393-0877, E-mail : kwaktk@yonsei.ac.kr

perception at self-managed foodservices, while at contracted foodservices quality of foods(2.82±0.61) was with highest recognition.

KEY WORDS : employee-feeding foodservice, self-managed · contracted, perception

## 서 론

고도의 산업화가 진행되면서 급식산업도 많은 발전을 거듭하여 오고 있다. 급식은 종업원 다수에게 충분한 영양공급과 허기를 막아주고 나아가 생산성을 높이고자 하는 후생 복지 차원에서 비영리가 본연의 목적이었다<sup>1)</sup>. 그러한 급식산업이 새로운 서비스 산업 분야의 태동과 발전을 가져오게 된 것은 핵가족화, 여성의 사회 진출 증대, 편의 지향적 생활 추구 등으로 새로운 음식 소비 양식에서 창출되었다. 처음에는 급식산업이 비상업성 급식(단체급식부문)과 상업성 급식(외식업 부문)으로 분류되었으나 근래에는 단체급식 분야도 고객들의 음식 및 서비스의 품질에 대한 요구도가 증가함에 따라 식사의 품질, 메뉴 선택권, 시설면에서 상업성 급식의 개념을 접목하여 고객중심의 급식 서비스로 인식을 전환하고 있다. 이와 더불어 직영급식산업도 차츰 기존의 경영자 중심의 체계에서 고객중심의 운영 체계로 전환시켜 서비스 제공 활동을 전개하고 있다.

경제수준의 향상, 상업성 급식소의 이용빈도 증가, 세계화로 인한 음식의 다양성에 대한 요구 증가, 미각은 물론 시각적 만족에 대한 요구 증가, 건강에 대한 인식 향상 등 다양하고 고급화 되어 가는 고객의 요구에 부응하기 위하여 급식소에서는 메뉴와 서비스의 질적 향상이 불가피 하게 되었다<sup>2)</sup>. 더불어 고객들의 소득 증대와 외식산업 및 식품산업의 발달, 새롭고 다양한 외식문화에 접할 수 있는 기회의 증대로 후생복지부분의 하나인 급식의 질적 개선을 자주 요구하게 되었고, 이에 대해 기업주들이 급식의 위탁 경영에 관심을 갖게 되면서 사업체 급식은 위탁 경영의 체계로 전환되기 시작하였다<sup>3)</sup>.

단체급식관리를 위탁하여 경영하게 된 다른 중요한 배경으로는 외식산업의 급진장에 따른 기술축적 및 경영방법의 발달에 기인된다고 생각된다. 1980년대 말부터 들

어온 위탁급식산업은 단체급식과 외식업의 간격을 줄이는데 결정적인 역할을 하였다하여도 과언이 아니다<sup>4)</sup>.

이를 계기로 시작된 위탁급식산업은 1986년에는 90~95%의 단체급식산업이 직영방식을 채택하였으나<sup>5)</sup> 식품의약품안전청<sup>6)</sup> 자료(2001. 7. 31)에 의하면 전체 단체급식산업의 24.9%의 시장점유율을 나타내고 있다.

외국의 경우에는 이미 1970년대 초반부터 위탁급식 산업이 시작되었다고 보고되고 있다. 그 배경으로는 우선 경제적인 이유를 지적할 수 있는데, 즉 식품비 인건비의 상승 및 오일쇼크 이후의 에너지비의 상승 등으로 급식 예산이 맞지 않게 된 것을 들 수 있다. 또한 인사관리 측면에서, 특히 단체급식소는 노동집약적인 특성으로 인하여 종업원의 작업시간이 길며 작업관리가 비효율적이고, 점차 노동조합의 결성에 따른 노동쟁의의 문제가 대두되어 노사간에 제반문제가 발생하게 되었으며, 그 결과 자체 내에서 효과적으로 직영하기가 어려워졌기 때문이라고 지적된다<sup>7)</sup>.

단체급식산업은 각 사업장에서 복리후생으로 사업장의 고객들의 급식에 대한 만족도를 높여줌으로써 일의 효율성이 증대되는 효과를 가져옴으로 모든 기업주들은 중요한 부분으로 생각하고 있다. 또한 이러한 특수성을 그들의 철학의 근조로 삼고 그 위에 고객을 위한 품질관리, 경영의 합리화, 새로운 기술변화에 대한 대응력 등의 세부경영목표를 세울 때 경제적 차별성을 가질 수 있고 새로운 동향에 능동적으로 대처해 나가는 성공적인 급식 경영을 이룰 수 있고 급식산업은 급속한 양적 팽창과 질적 향상으로 인한 '고객의 편의성 추구'라는 요구에 대응하는 측면에서 더욱 치밀해질 것이며<sup>8)</sup> 영양사는 과거의 경험 의존적이고 직관적인 경영 방식에서 벗어나 보다 과학적이고 체계화된 급식의 경영 방침을 세워서 창조적인 아이디어로 차별화하는 경영환경을 만들어내야 할 것이다.

현재의 직영급식산업은 점점 조직적이고 더욱 세분화된 전문급식업체의 출현에 경쟁력을 절실히 요구하는 시기에 봉착하게 되었다. 한 사업장에서 모든 것을 관할하는 영양사로서의 세분화되어 조직적으로 움직이는 위탁급식 영양사들과의 경쟁력도 또 하나의 과제로 대두되고 있다. 이에 직영급식과 위탁급식에서의 고객의 급식 서비스에 대한 인식도를 조사하여 비교 분석함으로써 고객의 요구도를 파악하고 경쟁력을 갖추어 고객에 대한 서비스를 더 연구하고 개발하는데 그 의의가 있다고 하겠다.

본 연구의 목표는 직영과 위탁의 관공서, 사업체, 대학교 고객들을 대상으로 급식서비스에 대한 인식도를 분석, 평가하여 그 운영방식에 따른 고객의 인식도와 이용 실태를 평가함과 동시에 비교 분석하여 직영·위탁 고객의 급식에 대한 질적인 향상과 서비스 증진을 도모시키는 기초자료로 제시하고자 한다.

## 연구 방법

### 1. 조사대상 및 기간

조사대상은 서울지역의 사업체급식소를 모집단으로 실시하였으며 예비조사는 2001년 9월 6일부터 13일까지 8일간에 걸쳐 K사 직원 100명을 대상으로 실시하여 그 결과를 토대로 설문지를 수정·보완하였다. 본 조사대상은 2001년 10월 15일부터 11월 12일에 걸쳐 서울지역을 중심으로 협조가 가능한 직영의 2개 관공서, 2개 사업체, 2개 대학교의 총 6개 급식소와 위탁으로 운영하는 2개 관공서, 2개 사업체, 2개 대학교의 총 6개 급식소로 총 12개 급식소 고객들을 대상으로 5개 급식소는 영양사의 협조로 우편으로 설문지를 120부씩 발송하고 조사 후 직접 방문하여 회수하였고, 7개 급식소는 점심식사 시간 또는 저녁식사 시간에 직접 방문하여 각 120명의 고객들을 무작위 추출하여 직접 배포, 회수하였다. 그 결과 총 1,440부 중 1,338부가 회수되어 총 92.9%가 분석자료로 이용되었다.

### 2. 조사내용 및 설문지 개발

급식 이용 고객의 급식 서비스 인식도 조사 설문지는 선행 연구<sup>10)</sup> 및 관련 문헌 그리고 1차 예비조사를 참고하여 개발하였으며, 설문지의 내용은 일반사항, 이용실태 및 사업체 급식 이용고객의 급식서비스 인식도 영역으로 구성하였다. 일반 사항은 인구통계학적 요인과 사회경제학적 요인을 조사하여 '성별', '연령', '교육 정도', '결혼 여부', '현 직장에서의 근무경력'의 총 5개 문항에서 조사 대상자에 대한 정보를 얻고, 이를 바탕으로 고객의 개인적인 특성에 따른 각 변인들과의 관계를 분석하는데 이용하였다. 이용 실태는 '하루 중 비중을 두는 식사', '직원식당을 이용하는 이유', '주 중 급식소 이용 평균 회수', '직원식당 이용 시 한끼 식사의 평균 가격', '급식소에서 식사시 소요되는 시간', '주 중 외부 급식소 이용 평균 회수', '외부 급식소 이용시 한끼 식사의 평균 가격', '외부 급식소에서 식사시 소요되는 시간'에 관한 총 8문항으로 구성되어 있다.

급식 서비스 인식도는 음식의 품질, 위생, 유행성, 신뢰성, 반응성, 공감성, 확신성<sup>11)</sup>의 7개 영역과 35개 속성을 각 해당 영역에 속하도록 했다. 인식도의 측정을 위해 Likert 5점 척도를 이용하여 5점 : '전적으로 동의한다', 3점 : '보통이다', 1점 : '전적으로 동의하지 않는다'로 표시하였다.

### 3. 자료의 통계처리

본 연구의 결과는 SPSS를 이용하여 자료를 처리하였고<sup>12)</sup> 연구내용에 따라 조사 대상 급식소의 급식 이용 고객의 급식 서비스 인식도 조사의 일반사항 및 이용 실태에 관한 모든 항목은 기술통계분석(Descriptive Analysis)으로 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차를 구하였으며 급식 서비스 인식도에 대한 신뢰도를 산출하기 위하여 Cronbach's Alpha 값을 산출하였다. 또한 인적 사항 및 급식소 기본사항에 따른 급식 서비스 인식도의 차이 검증은 위하여 ANOVA 검증을 실시하였다.

## 연구결과 및 고찰

### 1. 직영·위탁 고객의 일반 사항 및 이용실태

#### 1) 직영·위탁 고객의 일반사항

직영·위탁 조사대상자의 일반사항은 표 1에 제시하였다. 조사 대상이었던 12개 급식소의 응답자는 직영 678명, 위탁 660명으로 총 1,338명이었으며, 전체로 남자가 67.9%(직영 69.9%, 위탁 65.9%), 여자가 32.1%(직영 30.1%, 위탁 34.1%)였다. 연령별로는 20대가 직영 48.5%, 위탁 56.2%로 가장 많았으며, 각각 30대가 27.1%, 28.9%, 40대가 18.6%, 12.6%, 50대가 5.8%, 2.3%순으로 나타났다.

표 1. 직영·위탁 고객들의 일반사항 (N=응답자)

항 목	직영(N=678)		위탁(N=660)		
	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)	
성별	남	472	69.9	434	65.9
	여	203	30.1	225	34.1
	Missing	3		1	
	소 계	678		660	
연령	20대	324	48.5	369	56.2
	30대	181	27.1	190	28.9
	40대	124	18.6	83	12.6
	50대	39	5.8	15	2.3
	Missing	10		3	
	소 계	678		660	
교육수준	고졸이하	126	18.9	111	16.9
	대학재학 및 졸업	494	74.2	513	78.3
	기타	46	6.9	31	4.7
	Missing	12		5	
	소 계	678		660	
결혼여부	미혼	355	57.0	375	61.2
	기혼	268	43.0	238	38.8
	Missing	55		47	
	소 계	678		660	
근무경력	1년 미만	163	28.2	114	19.9
	1~2년 미만	70	12.1	75	13.1
	2~5년 미만	91	15.7	97	16.9
	5~10년 미만	99	17.1	106	18.5
	10~15년 미만	90	15.5	103	17.9
	15년 이상	66	11.4	79	13.8
	Missing	99		86	
소 계	678		660		

교육수준은 대학재학 및 졸업이 직영 74.2%, 위탁 78.3%로 가장 많았으며, 고졸이하가 각각 18.9%, 16.9%, 기타가 6.9%, 4.7%로 나타났다.

결혼여부는 미혼이 직영 57.0%, 위탁 61.2%이었고 기혼이 각 43.0%, 38.8%로 위탁급식소가 미혼이 더 많은 것으로 나타났다. 근무경력은 직영은 1년 미만이 28.2%, 5~10년 미만이 17.1%, 2~5년 미만 15.7%, 10~15년 미만 15.5%, 1~2년 미만 12.1%, 15년 이상이 11.4%의 순으로 나타났다. 반면에 위탁은 1년 미만이 19.9%, 5~10년 미만 18.5%, 10~15년 미만 17.9%, 2~5년 미만 16.9%, 15년 이상이 13.8%, 1~2년 미만이 13.1%의 순으로 조사되어 직영보다 위탁의 근무경력이 평균적으로 더 많음을 알 수 있다.

#### 2) 직영·위탁 고객의 급식소 이용 실태

직영·위탁 고객의 급식소 이용실태의 결과를 표 2에 제시하였다. 1일 식사비중은 점심이 직영 73.8%, 위탁 71.4%로 가장 많이 이용하고 있으며, 각각 저녁 21.8%, 25.2%, 아침 4.4%, 3.4%로 아침이 급식소의 3끼 식사 균형적 배분 차원에서 낮게 나타났다.

직원 식당 이용 이유를 알아보기 위하여 근접한 위치, 저렴한 가격, 맛, 시간 절약, 위생적, 다양한 식단 등에 대해 우선 순위를 기입하도록 한 후, 제 1순위를 분석한 결과 직영은 '저렴한 가격'이 40.9%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '근접한 위치' 38.2%, '식사시간 절약' 9%, '좋은 맛' 3.2%, '다양한 식단' 2.7%, '위생적' 1.5%의 순으로 분석되어 위생적이라는 생각으로 식당을 이용하는 빈도는 매우 낮았다. 반면에 위탁은 '근접한 위치' 45%로 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로는 '저렴한 가격'이 33.5%, '식사시간 절약' 14.5%, '위생적' 1.1%, '좋은 맛' 0.8%로 나타나 맛으로 이용하는 빈도는 낮은 것으로 나타났다. 본 연구에서 직영과 위탁이 각각 '가격'과 '위치'에서 가장 많은 비율을 보여 1995년 장<sup>13)</sup>의 연구에서 대학생들이 학교내 식당 이용 이유로 식당의 위치, 가격, 음식, 메뉴, 맛, 분위기, 위생의 순으로 나타난 것과 유사한 결과를 보인다. 또한 1992년 한<sup>14)</sup>의 실태조사에서 대학생들이 학교 식당을 이용하지 않는 이유로

단체급식소의 운영방식에 따른 이용고객의 급식 서비스 인식도 조사

표 2 직영·위탁 고객의 급식소의 이용실태

항 목	직영		위탁	
	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)
식사비중	아침	29 4.4	22 3.4	
	점심	488 73.8	459 71.4	
	저녁	144 21.8	162 25.2	
	Missing	17	17	
	소 계	678	660	
근접한 위치	예	259 38.2	297 45	
	아니오	419 61.8	363 55	
	소 계	678 100	660 100	
저렴한 가격	예	277 40.9	221 33.5	
	아니오	401 59.1	439 66.5	
	소 계	678 100	660 100	
직원 식당	예	22 3.2	5 0.8	
	아니오	656 96.8	655 99.2	
	소 계	678 100	660 100	
이용이	예	61 9	96 14.5	
	아니오	617 91	564 85.5	
	소 계	678 100	660 100	
위생적	예	10 1.5	7 1.1	
	아니오	668 98.5	653 98.9	
	소 계	678 100	660 100	
다양한 식단	예	18 2.7	14 2.1	
	아니오	660 97.3	646 97.9	
	소 계	678 100	660 100	
평균 한끼 식사가격	1,500원 미만	52 7.9	133 20.8	
	1,500~2,000원 미만	332 50.2	241 37.7	
	2,000~2,500원 미만	164 24.8	147 23.0	
	2,500~3,000원 미만	103 15.6	108 16.9	
	3,000~3,500원 미만	9 1.4	10 1.6	
	4,000원 이상	1 0.2	1 0.2	
	Missing	17	20	
	소 계	678	660	
식사 소요시간	10분 미만	62 9.3	59 9	
	10~15분 미만	238 35.5	225 34.5	
	15~20분 미만	210 31.3	212 32.5	
	20~25분 미만	94 14.0	97 14.9	
	25~30분 미만	59 8.8	51 7.8	
	30분 이상	7 1.0	9 1.4	
	Missing	8	7	
	소 계	678	660	
외부식당 평균가격	1,500원 미만	7 1.1	4 0.6	
	1,500~2,500원 미만	22 3.4	8 1.2	
	2,500~3,500원 미만	154 23.6	135 21.1	
평균가격	3,500~4,500원 미만	222 34.0	160 25.0	
	4,500~5,500원 미만	200 30.6	232 36.2	

표 2 계속

항 목	직영		위탁	
	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)
외부식당 한끼 평균가격	5,500~6,500원 미만	48 7.4	102 15.9	
	Missing	25	19	
소 계	678	660		
	30분 미만	127 19.4	72 11.3	
30분~1시간 미만	464 70.8	460 71.9		
외부식당 식사 소요시간	1시간~1시간 30분 미만	48 7.3	91 14.2	
	1시간 30분~2시간 미만	14 2.1	14 2.2	
2시간 이상	2 0.3	3 0.5		
Missing	23	20		
소 계	678	660		
직원식당 이용횟수* (1주일)	4.9±2.6		6.0±3.5	
외부식당 이용횟수* (1주일)	2.7±1.9		2.7±2.1	

\* 직원식당 이용횟수와 외부식당 이용횟수는 평균±표준편차로 표시하였음.

'맛이 없어서', '메뉴가 다양하지 않아서', '너무 복잡하고 시끄러워서', '시간이 오래 걸려서', '비위생적이므로'의 순으로 나타난 것과 비교해 볼 때 현 세대의 고객들이 맛이나 메뉴보다는 위치나 가격에 이용 이유를 두는 것이 다르다는 것을 알 수 있었다. 그리고 이<sup>15)</sup>의 연구결과에서 식당을 이용하는 이유의 순위가 위치 > 시간 > 가격 > 맛 > 메뉴 순으로 나타난 것과도 유사한 결과를 보인다.

주 중 직원 식당 이용 횟수는 주 6일 근무 중 직영이 4.9±2.6, 위탁이 6.0±3.5으로 위탁고객이 주 중 평균 6일로 직영고객의 5일보다 1일 더 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

고객들이 식당을 이용할 때 지출하는 1끼 식사비용은 직영은 '1,500~2,000원 미만'이 50.2%로 가장 많이 지출되었고, '2,000~2,500원 미만'이 24.8%, '2,500~3,000원 미만'이 15.6%, '1,500원 미만'이 7.9%, '3,000~3,500원 미만'은 1.4%, '4,000원 이상'이 0.2%순으로 분석·조사되었고, 위탁은 '1,500~2,000원 미만'이 37.7%, '2,000~2,500원 미만'이 23%, '1,500원 미만'이 20.8%, '2,500~3,000원 미만'이 16.9%, '3,000~3,500원 미만'은 1.6%, '4,000원 이상'이 0.2%순으로 조사되었다. 이는 위탁고객이 직영고객보다 식사가격이 골고루 분포되었다.

급식소에 고객이 도착하여 식권을 구매하거나 제출한

후 식사를 끝내고 나오기까지 걸리는 시간을 조사한 결과, '10~15분 미만'이 직영 35.5%, 위탁 34.5%로 가장 많았고, '15~20분 미만'이 각각 31.3%, 32.5%, '20~25분 미만'이 14%, 14.9%, '10분 미만'이 9.3%, 9%, '25~30분 미만'이 8.8%, 7.8%, '30분 이상'이 1%, 1.4%로 조사되었다.

주 중 외부 식당 이용 횟수는 직영이 2.7±1.9, 위탁이 2.7±2.1로 주 중 평균 2.7일 이용하는 것으로 조사되었다. 외부식당을 이용할 때 지출하는 1끼 식사비용은 직영은 '3,500~4,500원 미만'이 34%, '4,500~5,500원 미만'이 30.6%, '2,500~3,500원 미만'이 23.6%로 나타났으며, 위탁은 '4,500~5,500원 미만'이 36.2%로 가장 많이 나타났고, '3,500~4,500원 미만'이 25%, '2,500~3,500원 미만'이 21.1%의 순으로 외부식사 비용이 지출되었고, 이는 급식소 식당에서 지출하는 한끼 식사비용보다 거의 두배 가까운 지출로 분석되었다.

외부에서 식사하는 경우에 소요되는 시간은 직영은 '30분~1시간 미만'이 70.8%, '30분 이내'가 19.4%로 전체 응답자의 90.2%가 1시간 이내에 식사를 마치는 것으로 조사되었다. 반면에 위탁은 '30분~1시간 미만'이 71.9%, '1시간~1시간 30분 미만'이 14.2%, '30분 이내'가 11.3%로 응답자의 97.3%가 1시간 30분 이내에 식사를 마치는 것으로 조사되었다. 이는 급식소에서 식사할 때 걸리는 '10분~15분 미만'보다 직영은 4배, 위탁은 6배가 더 걸리는 것으로 분석되었다.

2. 직영·위탁 고객의 급식 서비스 인식도

1) 직영·위탁 고객의 급식 서비스에 대한 인식도 비교

직영·위탁 급식 서비스 인식도 평가는 영역을 7개로 나누어 음식의 품질 7문항, 위생 6문항, 유형성 8문항, 신뢰성 3문항, 반응성 3문항, 공감성 6문항, 확신성 2문항으로 구성된 총 35개 문항을 전적으로 동의한다면 5점, 전적으로 동의하지 않는다면 1점으로 표기하였다. 이와 같은 방법에 의하여 조사대상자들의 급식 인식도 점수 결과를 표 3에 제시하였다.

영역에 대한 인식도는 음식의 품질(p<0.001), 위생

표 3 직영·위탁 고객의 급식서비스에 대한 인식도<sup>a)</sup> 비교

항 목	인식도		T값	신뢰도 계수	
	직영	위탁			
음식의 품질	고객선호 메뉴제공	2.8±0.8	2.8±0.8	9.65***	0.88
	메뉴선택 다양	2.9±0.9	2.9±0.9		
	음식모양새 먹음직함	2.9±0.8	3.0±0.9		
	음식 상호조화	2.8±0.9	2.9±0.8		
	음식 맛 양호	2.6±0.8	2.7±0.8		
	음식온도 적절	2.5±0.8	2.6±0.8		
	음식영양 균형	2.6±0.8	2.7±0.8		
소 계	2.7±0.6	2.8±0.6			
위 생	퇴식구 청결도	2.5±0.9	2.6±0.9	4.25*	0.88
	음식 신선도	2.6±0.8	2.8±0.8		
	음식 청결도	2.5±0.8	2.6±0.8		
	배식식기 청결도	2.6±1.0	2.7±0.9		
	식탁 의자 청결도	2.5±0.9	2.6±0.8		
	종업원복장, 외모 청결도	2.4±0.8	2.3±0.8		
	소 계	2.5±0.7	2.6±0.6		
유형성	식당분위기 쾌적	2.7±0.9	2.6±0.9	11.34***	0.89
	식당환경 깨끗	2.6±0.8	2.5±0.8		
	식당좌석수 적절	2.9±1.0	2.6±0.9		
	실내장식 양호	3.0±0.9	2.9±0.9		
	의자간격 적당	2.9±0.9	2.6±0.9		
	조명 적당	2.6±0.8	2.5±0.8		
	식당소음 적음	2.9±1.0	3.0±1.0		
	환기, 통풍 양호	2.8±0.9	2.8±0.9		
	소 계	2.8±0.7	2.7±0.7		
신뢰성	메뉴품질 안정	2.8±1.0	3.0±1.0	0.65	0.70
	배식시간 정확	2.3±0.8	2.2±0.8		
	공지식단 정확배식	2.3±0.8	2.3±0.8		
	소 계	2.5±0.7	2.5±0.7		
반응성	배식신속	2.3±0.8	2.3±0.8	0.05	0.69
	식당 운영시간 적절	2.5±0.9	2.4±0.8		
	불만 반응조치 적절	2.9±0.9	2.9±0.9		
	소 계	2.6±0.7	2.6±0.7		
공감성	식당위치 편리	2.5±1.0	2.3±0.9	4.82*	0.84
	영양정보 제공	3.0±1.0	2.9±1.0		
	식단정보 제공	2.6±1.0	2.5±0.9		
	명절음식 제공	2.5±1.0	2.6±1.0		
	계절음식 제공	2.5±0.9	2.5±0.8		
	특별식 제공 적절	2.9±1.0	2.8±1.0		
소 계	2.7±0.7	2.6±0.7			
확신성	조리원 친절	2.5±1.0	2.4±0.9	0.18	0.80
	조리기술 수준높음	2.7±0.9	2.8±0.9		
	소 계	2.6±0.8	2.6±0.8		
총 계	2.7±0.5	2.6±0.5			0.95

<sup>a)</sup>p<0.05, \*\*\*p<0.001

1 : 전적으로 동의하지 않는다, 2 : 동의하지 않는다, 3 : 보통이다, 4 : 동의한다, 5 : 전적으로 동의한다

( $p<0.05$ ), 유형성( $p<0.001$ ), 공감성( $p<0.05$ )에서는 유의적인 차이를 보였다.

급식 서비스 인식도가 높은 항목으로 직영은 유형성( $2.8\pm 0.7$ ), 음식의 품질( $2.7\pm 0.6$ )의 순으로 조사되었고, 위탁은 음식의 품질( $2.8\pm 0.6$ ), 유형성( $2.7\pm 0.7$ )의 순으로 조사되었고, 인식도가 낮은 항목으로는 직영은 신뢰성( $2.5\pm 0.7$ ), 위생( $2.5\pm 0.7$ ), 반응성( $2.6\pm 0.7$ )으로 나타났고, 위탁은 신뢰성( $2.5\pm 0.7$ ), 반응성( $2.6\pm 0.7$ ), 공감성( $2.6\pm 0.7$ ), 위생( $2.6\pm 0.6$ )으로 나타났다. 이런 결과는 박·장의 연구보고<sup>6)</sup>에 의하면 인식도가 높은 특성은 위생 > 음식의 품질로 나타난 것과 비교해 볼 때 직영은 식당분위기 > 음식의 품질에 대한 인식도가 가장 높았고, 위탁은 음식의 품질 > 식당의 분위기가 가장 높은 것으로 나타나 고객들이 인식하는 차이가 변했다는 것을 알 수가 있었다. 또한 신뢰도 계수는 유형성이 0.89로 가장 높게 조사되었다.

## 2) 일반사항에 따른 직영·위탁 고객의 급식서비스 인식도

고객들의 일반사항에 따른 인식도 항목별 분석을 표 4에 제시하였는데 전체 평균의 경우 직영 2.7, 위탁 2.7로 동일하게 조사되었다. 급식유형에 따른 영역별 단계를 보면 인식도가 높은 유형으로, 직영은 대학교가 3.0, 관공서가 2.6, 사업체가 2.4의 순으로 나타났고, 위탁은 대학교가 2.9, 사업체가 2.6, 관공서가 2.4의 순으로 조사되었으며, 항목별로는 직영과 위탁의 모든 항목에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )를 나타냈다. 또한 집단간에 차이가 매우 크다는 것을 알 수가 있었다.

급식 유형에 따른 인식도 분석을 보면 가장 높은 인식도 순으로는 직영이 유형성, 음식의 품질, 공감성, 확산성, 반응성, 위생의 순으로 나타났고, 위탁은 음식의 품질, 유형성, 위생=확신성, 공감성, 반응성, 신뢰성의 순으로 나타났다. 즉 직영에서는 식당의 분위기와 환경에 대한 인식도가 높았으며, 위탁에서는 메뉴와 음식의 맛과 온도, 조화에 대한 인식도가 높은 것으로 분석되었다. 전체적으로 직영, 위탁 모두 대학교가 인식도가 높게 나타났으며 직영은 관공서, 사업체 순으로, 위탁은 사업체, 관공서 순으로 조사되었다. 이는 유의적인 차이가 있었고

집단간의 차이가 매우 크다는 것을 보여 주었다.

성별에 따른 인식도 분석을 보면 직영은 여자가 2.8로 남자 2.6보다 인식도가 높게 나타났고, 위탁도 여자 2.8로 남자 2.5보다 인식도가 높은 것으로 나타났다. 영역별로는 직영은 유형성이 2.8( $p<0.05$ )로 높게 나타났으며, 위탁은 음식의 품질이 2.8( $p<0.001$ )로 제일 높게 분석되었고, 성별에 따른 인식도는 직영은 유형성( $p<0.05$ )를 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )가 있는 것으로 분석되었고, 위탁은 신뢰성( $p<0.05$ )을 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )를 나타냈다.

연령에 따른 인식도를 보면 직영은 20대가 2.8로 30대 2.5, 40대 이상 2.4보다 가장 높게 조사되었고, 위탁도 20대가 2.8로 30대 2.5, 40대 이상 2.3보다 가장 높게 조사되었다. 영역별로는 직영의 유형성이 2.8( $p<0.001$ )로 제일 높게 나타났으며, 음식의 품질( $p<0.001$ ) > 공감성( $p<0.001$ ) > 확산성( $p<0.001$ ) > 반응성( $p<0.001$ ) > 위생 ( $p<0.001$ ) > 신뢰성( $p<0.001$ )의 순으로 나타났으며 유의적인 차이가 있는 것으로 조사되었고, 위탁은 음식의 품질( $p<0.001$ ) > 유형성( $p<0.001$ ) > 위생=확신성( $p<0.001$ ) > 공감성( $p<0.001$ ) > 반응성( $p<0.001$ ) > 신뢰성( $p<0.001$ )의 순으로 분석되었으며 유의적인 차이가 있었다.

교육정도에 따른 인식도를 보면 직영은 대학재학 및 졸업한 고객은 2.7로 고졸이하 2.5, 기타 2.4보다 높게 나타났으며, 위탁은 대학재학 및 졸업한 고객이 2.7로 고졸이하 2.5, 기타 2.4보다 높게 나타났다. 영역별로는 직영이 식당의 분위기와 환경을 뜻하는 유형성이 2.8( $p<0.05$ )로 가장 높게 나타났으며, 음식의 품질 2.7( $p<0.001$ ), 공감성 2.7( $p<0.001$ )의 순으로 분석되어 유의적인 차이를 보였고, 위탁은 음식의 품질이 2.8로 제일 높게 나타났으며, 유형성( $p<0.001$ ), 반응성( $p<0.001$ )에서 분석되어 유의적인 차이를 보였으나 음식의 품질, 신뢰성, 반응성에서는 통계적으로 유의적인 차이를 나타내지 않는 것으로 조사되었다.

결혼여부에 따른 인식도를 보면 직영은 미혼이 2.8로 기혼 2.5보다 높게 나타났으며, 위탁은 미혼 2.8로 기혼 2.3보다 높게 나타났다. 영역별로는 직영은 유형성( $p<0.001$ )이 제일 높게 조사되었으며, 위탁은 음식의 품

질(p<0.001)이 제일 높게 조사되었다. 그 외 직영, 위탁 모든 영역에서 유의적인 차이(p<0.001)를 나타내었다.

현 직장 근무경력에 대한 인식도를 보면 직영이 2년 미만인 고객이 2.7로 10년 미만 2.7, 10년 이상 2.4보다 높

게 조사되었고, 위탁은 2년 미만이 2.8로 10년 미만 2.7, 10년 이상 2.3보다 높게 조사되었다. 영역별로는 직영은 유형성이 2.8로 제일 높으며, 위탁은 음식의 품질이 2.8로 제일 높게 나타났다. 그 외에 직영의 경우 음식의 품질

표 4 일반사항에 따른 직영·위탁 급식 인식도

영역		급식유형			성별		연령		
		관공서	사업체	대학교	남	여	20대	30대	40, 50대
음식의 품질	직영	Mean ± S.D. 2.7 ± 0.7 <sup>2)</sup>	2.5 ± 0.5 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.6 <sup>c</sup>	2.6 ± 0.6	2.9 ± 0.6	2.9 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.6 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.5 ± 0.7 <sup>a</sup>
	F-value		40.64***			30.36***		26.71***	
위탁	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.7 ± 0.6 <sup>ab</sup>	3.0 ± 0.6 <sup>c</sup>	2.7 ± 0.6	3.0 ± 0.6	3.0 ± 0.6 <sup>c</sup>	2.7 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		20.30***			34.83***		27.98***	
위생	직영	Mean ± S.D. 2.4 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.3 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.9 ± 0.7 <sup>c</sup>	2.4 ± 0.7	2.8 ± 0.7	2.8 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.2 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		53.52***			36.56***		42.08***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.5 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.9 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.6	2.8 ± 0.6	2.8 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.4 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.2 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		49.93***			29.26***		43.49***	
유형성	직영	Mean ± S.D. 2.7 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.7 ± 0.7 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.8 ± 0.7	2.9 ± 0.7	2.9 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.7 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.6 ± 0.7 <sup>a</sup>
	F-value		9.56***			2.69*		12.16***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.7 ± 0.7 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.6 ± 0.7	2.8 ± 0.6	2.9 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.5 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.3 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		63.36***			19.03***		46.32***	
신뢰성	직영	Mean ± S.D. 2.5 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.3 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.6 ± 0.8 <sup>b</sup>	2.4 ± 0.7	2.7 ± 0.8	2.6 ± 0.8 <sup>b</sup>	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.3 ± 0.7 <sup>a</sup>
	F-value		14.43***			23.83***		13.17***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.6 ± 0.8 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.7 <sup>ab</sup>	2.4 ± 0.7	2.8 ± 0.7	2.6 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.4 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.3 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		3.93*			47.26***		12.90***	
반응성	직영	Mean ± S.D. 2.5 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.3 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.9 ± 0.7 <sup>c</sup>	2.5 ± 0.7	2.8 ± 0.8	2.8 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.3 ± 0.7 <sup>a</sup>
	F-value		40.31***			20.55***		25.73***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.6 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.7 ± 0.6 <sup>c</sup>	2.5 ± 0.7	2.8 ± 0.6	2.8 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.4 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.2 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		17.16***			35.98***		39.30***	
공감성	직영	Mean ± S.D. 2.5 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>	3.1 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.6 ± 0.7	2.9 ± 0.7	2.9 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.5 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.4 ± 0.7 <sup>a</sup>
	F-value		79.40***			20.83***		45.92***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.3 ± 0.6 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.7	2.8 ± 0.6	2.8 ± 0.6 <sup>a</sup>	2.3 ± 0.6 <sup>b</sup>	2.2 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		95.99***			22.51***		59.48***	
확신성	직영	Mean ± S.D. 2.6 ± 0.9 <sup>b</sup>	2.3 ± 0.7 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.9 <sup>c</sup>	2.5 ± 0.8	2.9 ± 0.9	2.8 ± 0.9 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.8 <sup>a</sup>	2.3 ± 0.8 <sup>a</sup>
	F-value		38.88***			33.89***		22.46***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.7 <sup>a</sup>	2.5 ± 0.8 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.8	2.9 ± 0.7	2.8 ± 0.8 <sup>a</sup>	2.4 ± 0.7 <sup>b</sup>	2.2 ± 0.7 <sup>a</sup>
	F-value		31.92***			38.50***		37.65***	
소계	직영	Mean ± S.D. 2.6 ± 0.6 <sup>c</sup>	2.4 ± 0.5 <sup>a</sup>	3.0 ± 0.5 <sup>c</sup>	2.6 ± 0.5	2.8 ± 0.6	2.9 ± 0.5 <sup>b</sup>	2.5 ± 0.5 <sup>a</sup>	2.4 ± 0.6 <sup>a</sup>
	F-value		54.49***			30.51***		41.27***	
위탁	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.5 <sup>a</sup>	2.6 ± 0.5 <sup>b</sup>	2.9 ± 0.4 <sup>c</sup>	2.6 ± 0.5	2.8 ± 0.5	2.8 ± 0.5 <sup>a</sup>	2.5 ± 0.5 <sup>b</sup>	2.3 ± 0.5 <sup>a</sup>
	F-value		60.00***			47.06***		65.35***	
총계	직영	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.6		2.7 ± 0.6		2.7 ± 0.6		
	F-value								
위탁	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.5			2.7 ± 0.5		2.7 ± 0.5		
	F-value								

(계속)



단체급식소의 운영방식에 따른 이용고객의 급식 서비스 인식도 조사

표 4. 계속

영역		최종학력				결혼여부			근무경력		
		고졸이하	대학재학 및 졸업	기	타	미혼	기혼	2년미만	10년미만	10년이상	
음식의 매식질	직영	Mean±S.D.	2.6±0.6 <sup>a</sup>	2.8±0.6 <sup>b</sup>	2.4±0.7 <sup>a</sup>	2.9±0.6	2.5±0.6	2.8±0.6 <sup>c</sup>	2.7±0.6 <sup>c</sup>	2.5±0.7 <sup>b</sup>	
	F-value		8.10***				45.69***			10.892***	
위탁	Mean±S.D.	2.7±0.6	2.8±0.6	2.7±0.6	3.0±0.6	2.6±0.6	2.9±0.6 <sup>b</sup>	2.9±0.6 <sup>b</sup>	2.9±0.6 <sup>b</sup>	2.6±0.6 <sup>a</sup>	
	F-value	1.47				56.38***			18.712***		
위생	직영	Mean±S.D.	2.4±0.7 <sup>a</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.2±0.8 <sup>a</sup>	2.7±0.7	2.3±0.6	2.6±0.6 <sup>b</sup>	2.5±0.7 <sup>b</sup>	2.2±0.6 <sup>a</sup>	
	F-value	10.16***				66.55***			17.791***		
위탁	Mean±S.D.	2.5±0.6 <sup>a</sup>	2.6±0.7 <sup>bc</sup>	2.4±0.6 <sup>a</sup>	2.8±0.6	2.3±0.6	2.7±0.6 <sup>c</sup>	2.7±0.6 <sup>c</sup>	2.3±0.6 <sup>a</sup>		
	F-value	4.96*				78.46***			31.208***		
유형성	직영	Mean±S.D.	2.8±0.7 <sup>bc</sup>	2.9±0.7 <sup>c</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.9±0.7	2.7±0.7	2.8±0.7	2.8±0.7	2.7±0.7	
	F-value	4.78*				9.78***			1.54		
위탁	Mean±S.D.	2.6±0.6 <sup>a</sup>	2.7±0.7 <sup>b</sup>	2.4±0.7 <sup>a</sup>	2.9±0.6	2.4±0.6	2.8±0.6 <sup>b</sup>	2.8±0.6 <sup>b</sup>	2.3±0.6 <sup>a</sup>		
	F-value	5.60***				74.74***			30.374***		
신뢰성	직영	Mean±S.D.	2.4±0.7	2.5±0.7	2.3±1.0	2.6±0.8	2.3±0.7	2.5±0.7 <sup>b</sup>	2.5±0.7 <sup>b</sup>	2.3±0.7 <sup>a</sup>	
	F-value	3.06*				16.53***			7.348***		
위탁	Mean±S.D.	2.5±0.7	2.5±0.7	2.4±0.8	2.6±0.7	2.3±0.6	2.7±0.7 <sup>b</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.2±0.6 <sup>a</sup>		
	F-value	0.12				31.51***			19.694***		
반응성	직영	Mean±S.D.	2.5±0.7 <sup>bc</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.3±0.9 <sup>a</sup>	2.7±0.7	2.4±0.7	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.3±0.7 <sup>a</sup>	
	F-value	6.39***				30.11***			8.902***		
위탁	Mean±S.D.	2.5±0.7	2.6±0.7	2.5±0.7	2.7±0.6	2.3±0.6	2.7±0.6 <sup>b</sup>	2.7±0.7 <sup>b</sup>	2.3±0.7 <sup>a</sup>		
	F-value	1.02				65.75***			26.955***		
공감성	직영	Mean±S.D.	2.5±0.7 <sup>a</sup>	2.8±0.7 <sup>b</sup>	2.5±0.7 <sup>a</sup>	2.9±0.7	2.4±0.7	2.8±0.7 <sup>c</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.4±0.7 <sup>a</sup>	
	F-value	8.77***				74.43***			17.254***		
위탁	Mean±S.D.	2.4±0.6 <sup>a</sup>	2.7±0.7 <sup>b</sup>	2.2±0.6 <sup>a</sup>	2.8±0.6	2.2±0.6	2.8±0.6 <sup>c</sup>	2.6±0.7 <sup>b</sup>	2.2±0.6 <sup>a</sup>		
	F-value	12.25***				43.26***			47.667***		
확신성	직영	Mean±S.D.	2.5±0.8 <sup>a</sup>	2.7±0.9 <sup>b</sup>	2.2±0.8 <sup>a</sup>	2.8±0.9	2.4±0.8	2.7±0.9 <sup>b</sup>	2.7±0.8 <sup>b</sup>	2.3±0.8 <sup>a</sup>	
	F-value	9.72***				32.40***			10.193***		
위탁	Mean±S.D.	2.5±0.8	2.6±0.8	2.4±0.8	2.8±0.8	2.3±0.7	2.7±0.7 <sup>b</sup>	2.7±0.8 <sup>b</sup>	2.2±0.7 <sup>a</sup>		
	F-value	3.38*				74.54***			24.665***		
소계	직영	Mean±S.D.	2.5±0.6 <sup>a</sup>	2.7±0.6 <sup>b</sup>	2.4±0.7 <sup>a</sup>	2.8±0.5	2.5±0.6	2.7±0.5 <sup>c</sup>	2.7±0.5 <sup>c</sup>	2.4±0.6 <sup>a</sup>	
	F-value	10.63***				57.91***			13.734***		
위탁	Mean±S.D.	2.5±0.5 <sup>a</sup>	2.7±0.5 <sup>b</sup>	2.4±0.5 <sup>a</sup>	2.8±0.5	2.4±0.5	2.8±0.5 <sup>b</sup>	2.7±0.5 <sup>b</sup>	2.3±0.5 <sup>a</sup>		
	F-value	6.22***				30.79***			46.848***		
총계	직영	Mean±S.D.	2.7±0.6				2.7±0.6			2.6±0.6	
	F-value										
위탁	Mean±S.D.	2.7±0.5				2.7±0.5			2.6±0.5		
	F-value										

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<sup>1</sup> 1: 전적으로 동의하지 않는다, 2: 동의하지 않는다, 3: 보통이다, 4: 동의한다, 5: 전적으로 동의한다

<sup>2</sup> Duncan's Multiple range test 결과 유의적인 차이를 보이는 집단(a, b, c 서로 다른 문자는 유의한 차이가 있는 것을 표시함)

(p<0.001), 위생(p<0.001), 신뢰성(p<0.001), 반응성(p<0.001), 공감성(p<0.001), 확신성(p<0.001)등으로 유의적인 차이를 나타냈으나 유형성은 유의적인 차이를 보이지 않은 것으

로 조사되었다. 또한 위탁은 모든 영역에서 유의적인 차이(p<0.001)를 나타내었다.

### 3) 이용실태에 따른 직영·위탁 급식 서비스 인식도 분석

이용실태에 따른 직영·위탁급식 인식도 분석은 표 5에 제시하였다. 식사비중에 따른 인식도 분석을 평가한 결과 직영은 아침이 2.9로 점심과 저녁보다 비중이 큰 것으로 조사되었고, 위탁은 점심이 2.7로 아침과 저녁 모두 비슷한 분포를 보였다. 항목별로는 직영은 직원식당 이용이유 중 저렴한 가격( $F_{값}=7.01, p<0.05$ ), 직원식당 평균 한끼 가격( $p<0.001$ ), 외부식당 평균 한끼 가격( $p<0.001$ )에서 유의적인 차이를 나타냈으나 식사비중과 직원식당 이용이유 중 근접한 위치, 식사시간 절약, 주중 직원식당 이용횟수, 직원식당 식사 소요시간, 외부식당 이용횟수, 외부식당 식사 소요시간에서는 유의적인 차이를 나타내지 않은 것으로 조사되었으며, 위탁에서는 직원식당 평균 한끼 가격( $p<0.001$ ), 직원식당 식사 소요시간( $p<0.001$ ), 외부식당 이용횟수( $p<0.001$ ), 외부식당 한끼 평균가격( $p<0.001$ ), 외부식당 식사 소요시간( $p<0.05$ )에서는 유의적인 차이를 보였으나 식사비중, 직원식당 이용이유 중 근접한 위치, 저렴한 가격, 식사시간 절약, 주중 직원식당 이용횟수에서는 유의적인 차이를 보이지 않은 것으로 조사되었다.

식사비중에 따른 인식도를 보면 직영은 식당의 분위기과 환경등과 같은 유형성에 대한 인식도가 2.8로 가장 높았으며 모든 영역에서 유의적인 차이를 나타내지 않았고 위탁에서는 음식의 품질이 2.7로 가장 높았으며 역시 모든 영역에서 유의적인 차이를 보이지 않은 것으로 나타났다.

직원식당 이용이유에 따른 인식도를 보면 직영은 식당 분위기와 환경 등과 같은 유형성에 대한 인식도가 가장 높았으며 저렴한 가격( $p<0.05$ )을 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이를 보이지 않았고, 위탁에서는 음식의 품질이 인식도가 가장 높았으며 저렴한 가격에서 공감성( $p<0.001$ )을 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이를 나타내지 않았다.

주중 직원식당 이용 횟수에 따른 인식도를 보면 직영에서는 유형성( $p<0.05$ )이 2.8로 인식도가 가장 높았으며 집단간의 차이가 있음을 알 수가 있었다. 또한 확산성

( $p<0.05$ )과 유형성을 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이를 보이지 않았다. 위탁에서는 음식의 품질에 대한 인식도가 2.8로 가장 높았으며 모든 영역에서 유의적인 차이를 보이지 않은 것으로 조사되었다.

직원식당 평균 한끼 가격에 따른 인식도를 보면 직영에서는 유형성( $p<0.001$ )이 제일 인식도가 높게 나왔으며 영역에서는 신뢰성( $p<0.05$ )을 비롯하여 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )를 나타내었고 모든 영역이 집단간의 차이가 있음을 알 수가 있다. 위탁에서는 음식의 품질( $p<0.001$ )이 제일 인식도가 높게 나왔으며 신뢰성을 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )를 나타냈으며 집단간의 차이가 있음을 보여주었다.

직원식당 식사 소요시간을 보면 직영은 유형성( $p<0.05$ )에 대한 인식도가 제일 높고 집단간의 차이가 있음을 알 수 있었으며 유형성을 제외한 모든 영역에서 유의적인 차이를 나타내지 않았고, 위탁에서는 음식의 품질이 가장 인식도가 높았으며 음식의 품질을 제외한 신뢰성( $p<0.05$ )를 비롯하여 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )와 집단간의 차이가 있음을 알 수가 있었다.

외부식당 이용 횟수에 따른 인식도를 보면 직영은 유형성에 대한 인식도가 제일 높았으며, 영역에서는 공감성( $p<0.05$ )만 유의적인 차이와 집단간의 차이가 있음을 알 수가 있었으며 나머지 모든 영역에서는 유의적인 차이를 보이지 않았다. 위탁에서는 음식의 품질( $p<0.001$ )이 인식도가 가장 높았으며 반응성, 확산성을 제외하고는 신뢰성( $p<0.05$ )을 비롯하여 나머지 모든 영역( $p<0.001$ )에서 유의적인 차이와 집단간의 차이를 보여 주었다.

외부식당 한끼 평균가격에 따른 인식도를 보면 직영은 유형성( $p<0.001$ )에 대한 인식도가 제일 높았으며, 영역에서는 신뢰성( $p<0.05$ ), 확산성( $p<0.05$ )을 비롯하여 나머지 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )를 나타냈으며 모든 영역에서 집단간의 차이가 있음을 알 수가 있었다. 위탁에서는 음식의 품질( $p<0.001$ )에 대한 인식도가 가장 높았으며 신뢰성을 제외하고 나머지 모든 영역에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )와 집단간의 차이를 보여 주었다. 외부식당 식사 소요시간에 따른 인식도를 보면 직영에서는 유형성이 2.8로 인식도가 제일 높았으며 위생( $p<0.05$ ),

단체급식소의 운영방식에 따른 이용고객의 급식 서비스 인식도 조사

표 5 이용실태에 따른 직영·위탁 고객의 급식서비스 인식도" 분석

영역	식사비중	직원식단 이용이유									
		근접한 위치		저렴한 가격		식사시간절약					
		아침	점심	저녁	예	아니오	예	아니오			
음식의 품질	직영	Mean±S.D.	2.9±0.6	2.7±0.6	2.8±0.6	2.8±0.6	2.7±0.6	2.8±0.6	2.7±0.7	2.8±0.7	2.7±0.6
	F-value		2.66		2.28		3.95*		0.95		
위탁	Mean±S.D.	2.7±0.5	2.8±0.6	2.8±0.6	2.8±0.6	2.8±0.6	2.8±0.6	2.8±0.6	2.9±0.6	2.8±0.6	
	F-value		0.78		0.49		0.19		0.26		
위생	직영	Mean±S.D.	2.6±0.6	2.5±0.7	2.5±0.6	2.6±0.7	2.5±0.7	2.6±0.7	2.5±0.7	2.5±0.8	2.5±0.7
	F-value		0.40		1.26		7.03*		0.22		
위탁	Mean±S.D.	2.6±0.6	2.6±0.6	2.6±0.7	2.6±0.6	2.6±0.7	2.7±0.6	2.6±0.6	2.6±0.6	2.6±0.6	
	F-value		0.00		0.00		1.64		0.27		
유형성	직영	Mean±S.D.	3.0±0.6	2.8±0.7	2.8±0.6	2.8±0.7	2.8±0.7	2.8±0.7	2.8±0.8	2.8±0.7	
	F-value		1.64		0.26		1.60		0.09		
위탁	Mean±S.D.	2.7±0.6	2.7±0.7	2.7±0.7	2.7±0.7	2.7±0.6	2.7±0.6	2.7±0.7	2.7±0.7	2.7±0.7	
	F-value		0.04		0.49		0.05		0.09		
신뢰성	직영	Mean±S.D.	2.7±0.7	2.5±0.7	2.4±0.6	2.5±0.7	2.4±0.7	2.5±0.7	2.4±0.7	2.4±0.7	2.5±0.7
	F-value		2.67		3.53		1.53		0.28		
위탁	Mean±S.D.	2.5±0.6	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	
	F-value		0.11		0.81		0.09		0.00		
반응성	직영	Mean±S.D.	2.7±0.6	2.6±0.8	2.5±0.7	2.6±0.7	2.5±0.7	2.6±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.6±0.7
	F-value		1.31		1.29		6.34*		0.11		
위탁	Mean±S.D.	2.6±0.6	2.6±0.7	2.5±0.7	2.6±0.6	2.6±0.7	2.6±0.7	2.6±0.7	2.5±0.7	2.6±0.7	
	F-value		3.522*		0.73		0.22		0.20		
공감성	직영	Mean±S.D.	3.0±0.6	2.7±0.8	2.7±0.7	2.7±0.7	2.8±0.7	2.6±0.8	2.6±0.8	2.6±0.8	2.7±0.7
	F-value		1.85		0.59		10.65***		1.41		
위탁	Mean±S.D.	2.7±0.8	2.6±0.7	2.6±0.7	2.6±0.7	2.7±0.6	2.5±0.7	2.4±0.7	2.4±0.7	2.6±0.7	
	F-value		0.68		0.03		12.86***		7.72*		
확신성	직영	Mean±S.D.	2.7±0.8	2.6±0.9	2.7±0.9	2.7±0.8	2.6±0.9	2.7±0.9	2.6±0.9	2.7±0.9	2.6±0.9
	F-value		2.30		0.95		3.60		0.31		
위탁	Mean±S.D.	2.8±0.8	2.6±0.8	2.6±0.8	2.6±0.8	2.7±0.8	2.6±0.8	2.6±0.8	2.6±0.8	2.6±0.8	
	F-value		0.69		0.04		2.31		0.38		
소계	직영	Mean±S.D.	2.9±0.5	2.6±0.6	2.7±0.5	2.7±0.6	2.6±0.6	2.7±0.5	2.6±0.6	2.6±0.7	2.7±0.6
	F-value		1.79		1.66		7.01*		0.07		
위탁	Mean±S.D.	2.6±0.4	2.7±0.5	2.6±0.6	2.7±0.5	2.6±0.5	2.7±0.5	2.6±0.5	2.6±0.5	2.7±0.5	
	F-value		0.05		0.27		1.64		0.37		
총계	직영	Mean±S.D.	2.7±0.6			2.7±0.6		2.7±0.6		2.7±0.6	
	F-value										
위탁	Mean±S.D.	2.6±0.5			2.7±0.5		2.7±0.5		2.7±0.5		
	F-value										

(계속)

표 5. 계속

영역	주당직원식당 이용횟수			직원식당 평균한끼 가격			직원식당 식사소요시간			
	4회 이하	5회	6회 이상	1500원 미만	2000원 미만	2000원 이상	15분 미만	20분 미만	20분 이상	
음식의 질	직영 Mean ± S.D.	2.8±0.6	2.7±0.6	2.6±0.7	2.8 <sup>a</sup> ±0.5	2.8 <sup>a</sup> ±0.6	2.6 <sup>a</sup> ±0.6	2.8±0.6	2.7±0.7	2.7±0.6
	F-value		1.56			8.77***			1.30	
위탁	Mean ± S.D.	2.9±0.6	2.8±0.6	2.8±0.7	2.8 <sup>ab</sup> ±0.6	3.0 <sup>a</sup> ±0.6	2.7 <sup>a</sup> ±0.6	2.8±0.6	2.9±0.6	2.9±0.6
	F-value		2.06			9.82***			2.08	
위생	직영 Mean ± S.D.	2.6±0.7	2.5±0.7	2.5±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.7	2.6 <sup>a</sup> ±0.7	2.4 <sup>a</sup> ±0.6	2.5±0.7	2.5±0.7	2.6±0.7
	F-value		0.97			14.13***			2.30	
위탁	Mean ± S.D.	2.6±0.6	2.6±0.6	2.6±0.7	2.5 <sup>a</sup> ±0.6	2.7 <sup>a</sup> ±0.7	2.5 <sup>a</sup> ±0.6	2.5 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.6	2.7 <sup>a</sup> ±0.6
	F-value		0.79			8.91***			5.65***	
유형성	직영 Mean ± S.D.	2.9 <sup>a</sup> ±0.6	2.8 <sup>ab</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.8	2.7 <sup>ab</sup> ±0.8	2.9 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.7	2.8 <sup>a</sup> ±0.7	2.8 <sup>ab</sup> ±0.7	3.0 <sup>a</sup> ±0.7
	F-value		3.50*			15.56***			3.76*	
위탁	Mean ± S.D.	2.7±0.7	2.6±0.7	2.8±0.7	2.6 <sup>a</sup> ±0.7	2.8 <sup>a</sup> ±0.6	2.6 <sup>a</sup> ±0.7	2.6 <sup>a</sup> ±0.7	2.8 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.6
	F-value		2.67			10.72***			7.41***	
신뢰성	직영 Mean ± S.D.	2.5±0.7	2.4±0.7	2.4±0.8	2.5 <sup>ab</sup> ±0.8	2.5 <sup>a</sup> ±0.7	2.4 <sup>a</sup> ±0.7	2.5±0.8	2.4±0.7	2.5±0.7
	F-value		1.08			4.11*			1.36	
위탁	Mean ± S.D.	2.5±0.7	2.5±0.7	2.5±0.8	2.5±0.8	2.5±0.7	2.5±0.7	2.4 <sup>a</sup> ±0.7	2.6 <sup>a</sup> ±0.7	2.6 <sup>a</sup> ±0.7
	F-value		0.12			0.39			5.36*	
반응성	직영 Mean ± S.D.	2.6±0.7	2.5±0.8	2.6±0.8	2.7 <sup>b</sup> ±0.8	2.7 <sup>a</sup> ±0.7	2.4 <sup>a</sup> ±0.7	2.6±0.8	2.5±0.7	2.6±0.7
	F-value		0.25			14.52***			0.11	
위탁	Mean ± S.D.	2.6±0.6	2.5±0.7	2.7±0.7	2.6 <sup>ab</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.6	2.5 <sup>a</sup> ±0.7	2.4 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.6
	F-value		2.48			6.56***			9.41***	
공감성	직영 Mean ± S.D.	2.7±0.7	2.6±0.7	2.6±0.8	3.0 <sup>a</sup> ±0.7	2.8 <sup>a</sup> ±0.8	2.5 <sup>a</sup> ±0.7	2.6±0.7	2.7±0.7	2.7±0.7
	F-value		1.31			17.40***			1.63	
위탁	Mean ± S.D.	2.6±0.6	2.6±0.7	2.6±0.7	2.4 <sup>a</sup> ±0.6	2.8 <sup>a</sup> ±0.7	2.5 <sup>a</sup> ±0.6	2.5 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.7	2.7 <sup>a</sup> ±0.6
	F-value					21.84***			10.45***	
확신성	직영 Mean ± S.D.	2.7±0.8	2.6±0.9	2.5±0.9	2.8 <sup>a</sup> ±1.0	2.7 <sup>a</sup> ±1.0	2.4 <sup>a</sup> ±0.8	2.6±0.8	2.7±0.9	2.6±0.8
	F-value		3.56*			12.53***			1.91	
위탁	Mean ± S.D.	2.6±0.7	2.6±0.7	2.6±0.9	2.5 <sup>a</sup> ±0.8	2.7 <sup>a</sup> ±0.8	2.5 <sup>a</sup> ±0.8	2.5 <sup>a</sup> ±0.8	2.7 <sup>a</sup> ±0.8	2.7 <sup>a</sup> ±0.7
	F-value		0.04			7.03***			5.60***	
소계	직영 Mean ± S.D.	2.7±0.5	2.6±0.6	2.6±0.6	2.8 <sup>a</sup> ±0.6	2.8 <sup>a</sup> ±0.6	2.5 <sup>a</sup> ±0.5	2.6±0.6	2.7±0.6	2.7±0.5
	F-value		2.31			18.30***			0.93	
위탁	Mean ± S.D.	2.7±0.5	2.6±0.5	2.7±0.6	2.6 <sup>a</sup> ±0.5	2.8 <sup>a</sup> ±0.5	2.6 <sup>a</sup> ±0.5	2.5 <sup>a</sup> ±0.5	2.7 <sup>a</sup> ±0.5	2.7 <sup>a</sup> ±0.5
	F-value		1.40			14.30***			9.60***	
총계	직영 Mean ± S.D.		2.7±0.6			2.7±0.6			2.7±0.6	
	F-value									
위탁	Mean ± S.D.		2.7±0.5			2.7±0.5			2.6±0.5	
	F-value									

(계속)

단체급식소의 운영방식에 따른 이용고객의 급식 서비스 인식도 조사

표 5. 계속

영역		외부식당 이용횟수			외부식당 평균한끼 가격			외부식당 식사소요시간			
		1회	2회	3회 이상	3500원 미만	4500원 미만	4500원 이상	30분 이내	1시간 미만	1시간 이상	
음식의 질	직영	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.7	2.7 ± 0.6	2.8 ± 0.6	2.9 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 ± 0.7	2.7 ± 0.6	2.8 ± 0.7
		F-value				8.67***			0.80		
	위탁	Mean ± S.D.	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.9 <sup>a</sup> ± 0.6	2.9 <sup>a</sup> ± 0.6	2.9 <sup>a</sup> ± 0.7	2.9 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.8 ± 0.6	2.8 ± 0.6	2.8 ± 0.6
		F-value	8.55***			5.72***			0.21		
위생	직영	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.8	2.6 ± 0.7	2.6 ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.6	2.4 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.8
		F-value	1.43			11.83***			3.59*		
	위탁	Mean ± S.D.	2.4 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 ± 0.6	2.8 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.5 <sup>a</sup> ± 0.6	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6
		F-value	6.68***			17.69***			3.37*		
유형성	직영	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.8	2.8 ± 0.6	2.8 ± 0.7	2.9 <sup>a</sup> ± 0.7	2.8 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 ± 0.7	2.8 ± 0.7	2.9 ± 0.7
		F-value	1.34			5.55***			1.72		
	위탁	Mean ± S.D.	2.5 <sup>a</sup> ± 0.6	2.8 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.8 <sup>a</sup> ± 0.6	2.8 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.9 <sup>a</sup> ± 0.6
		F-value	9.63***			9.19***			5.24*		
신뢰성	직영	Mean ± S.D.	2.4 ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.8	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.4 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.6 ± 0.7
		F-value	1.47			5.422*			0.7		
	위탁	Mean ± S.D.	2.4 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.4 <sup>a</sup> ± 0.6	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7
		F-value	3.22*			0.51			4.35*		
반응성	직영	Mean ± S.D.	2.5 ± 0.8	2.6 ± 0.8	2.6 ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.8	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.4 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 ± 0.8	2.6 ± 0.7	2.7 ± 0.8
		F-value	1.29			9.59***			0.87		
	위탁	Mean ± S.D.	2.5 ± 0.7	2.6 ± 0.6	2.6 ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 <sup>a</sup> ± 0.6	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 ± 0.7	2.6 ± 0.7	2.7 ± 0.6
		F-value	1.60			6.82***			2.75		
공감성	직영	Mean ± S.D.	2.5 <sup>a</sup> ± 0.8	2.7 <sup>a</sup> ± 0.8	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.8 <sup>a</sup> ± 0.8	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.9 <sup>a</sup> ± 0.7
		F-value	3.7*			11.22***			3.82*		
	위탁	Mean ± S.D.	2.4 <sup>a</sup> ± 0.7	2.7 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.9 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 <sup>a</sup> ± 0.6	2.4 <sup>a</sup> ± 0.7	2.6 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.7	2.8 <sup>a</sup> ± 0.8
		F-value	8.80***			28.84***			4.05*		
확신성	직영	Mean ± S.D.	2.6 ± 0.9	2.6 ± 0.9	2.6 ± 0.9	2.8 <sup>a</sup> ± 0.9	2.7 <sup>a</sup> ± 0.9	2.5 <sup>a</sup> ± 0.9	2.5 ± 0.8	2.6 ± 0.9	2.7 ± 1.0
		F-value	0.59			4.569*			1.36		
	위탁	Mean ± S.D.	2.5 ± 0.8	2.6 ± 0.7	2.6 ± 0.8	2.7 <sup>a</sup> ± 0.7	2.8 <sup>a</sup> ± 0.7	2.5 <sup>a</sup> ± 0.8	2.5 ± 0.7	2.6 ± 0.8	2.7 ± 0.8
		F-value	2.21			8.96***			2.38		
소계	직영	Mean ± S.D.	2.6 ± 0.6	2.7 ± 0.6	2.7 ± 0.5	2.8 <sup>a</sup> ± 0.6	2.7 <sup>a</sup> ± 0.5	2.5 <sup>a</sup> ± 0.6	2.6 ± 0.6	2.7 ± 0.6	2.8 ± 0.6
		F-value	2.29			12.25***			2.36		
	위탁	Mean ± S.D.	2.5 <sup>a</sup> ± 0.5	2.7 <sup>a</sup> ± 0.5	2.7 <sup>a</sup> ± 0.5	2.8 <sup>a</sup> ± 0.5	2.7 <sup>a</sup> ± 0.5	2.5 <sup>a</sup> ± 0.5	2.6 <sup>a</sup> ± 0.5	2.6 <sup>a</sup> ± 0.5	2.8 <sup>a</sup> ± 0.5
		F-value	10.43***			15.96***			3.36*		
총계	직영	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.6			2.7 ± 0.6			2.7 ± 0.6		
		F-value									
	위탁	Mean ± S.D.	2.7 ± 0.5			2.7 ± 0.5			2.7 ± 0.5		
		F-value									

\*p<0.05 \*\*p(0.01) \*\*\*p(0.001)

<sup>1</sup> 1 : 전적으로 동의하지 않는다, 2 : 동의하지 않는다, 3 : 보통이다, 4 : 동의한다, 5 : 전적으로 동의한다.

<sup>2</sup> Duncan's Multiple range test 결과 유의적인 차이를 보이는 집단(a, b, c 서로 다른 문자는 유의한 차이가 있는 것을 표시함)

공감성(p<0.05)은 유의적인 차이와 집단간의 차이를 보였으나 나머지 영역에서는 유의적인 차이와 집단간의 차이를 보이지 않았다. 위탁에서는 음식의 품질이 제일 인식

도가 높았으며 반응성, 확신성, 음식의 품질을 제외하고는 모든 영역에서 유의적인 차이(p<0.05)와 집단간의 차이를 나타냈다.

## 결론 및 제언

본 연구는 직영과 위탁 고객들의 급식 서비스 인식도를 평가하여 직영과 위탁의 차이점을 비교 분석하고 인식도가 높게 평가된 집단의 결과에 대한 벤치마킹을 통해 다양화된 고객의 급식에 대한 질적인 향상과 서비스 증진을 도모시키는 기초자료로 제시하고자 실시되었다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

급식 서비스 인식도가 높은 항목은 직영은 환경 및 기기 관리(28±0.7), 음식의 품질 관리(27±0.6)의 순으로 조사되었고, 위탁은 음식의 품질 관리(28±0.6), 환경 및 기기 관리(27±0.7)의 순으로 조사되었고, 인식도가 낮은 항목으로는 직영은 시설 보수 유지 및 시간관리(25±0.7), 위생 관리(25±0.7), 서비스 관리(26±0.7)로 나타났고, 위탁은 시설 보수 유지 및 시간관리(25±0.7), 서비스 관리(26±0.7), 영양 정보 관리(26±0.7), 위생 관리(26±0.6)로 나타났다. 사업체 급식 서비스 품질의 업무형태별 만족 요인 분석의 기대도·인식도 및 품질 만족도를 분석한 김의 연구<sup>17)</sup>에서는 인식도에서 식당의 조명 밝기(3.08), 배식원의 청결(3.07), 배식원의 친절(2.47), 배식의 신속성(2.42)순으로 나타난 결과로 보아 고객들의 환경에 대한 인식도가 높은 것으로 나타나 직영에서의 결과와 유사한 것으로 보여졌다. 또한 신뢰도 계수는 환경 및 기기 관리가 0.9로 가장 높게 조사되었다. 일반사항에 따른 인식도를 보면 직영, 위탁 모두 유의적인 차이를 나타냈고, 연령, 교육정도, 근무경력에서는 집단간의 차이가 있음을 알 수 있었다. 이용실태에 따른 인식도 분석을 보면 직영은 직원식당 이용 이유 중 저렴한 가격( $p<0.05$ ), 직원식당 한끼 평균가격( $p<0.001$ ), 외부식당 한끼 평균가격( $p<0.001$ )에서만 유의적인 차이를 보였고, 위탁은 외부식당 식사 소요시간( $p<0.05$ )을 비롯하여 직원식당 한끼 평균가격, 직원식당 식사 소요시간, 외부식당 이용횟수, 외부식당 한끼 평균가격 등에서 유의적인 차이( $p<0.001$ )를 보인 것으로 조사되었다.

생활 수준이 높아진 고객들은 대체적으로 환경에 대한 인식도가 높은 것으로 나타났다. 직영에서의 고객들

은 깨끗하고 새로운 식당 환경을 요구하는 결과를 나타내는 것처럼 직영의 유형성에 대한 인식도가 높고 위탁의 고객들은 새롭게 투자한 식당 환경보다는 음식의 품질에 대한 인식이 높은 결과가 나타나 직영과 위탁의 고객들의 인식도에 차이가 나는 것으로 나타났다. 이는 직영의 경우는 시설이 노후하고 투자가 적어 환경에 대한 고객들의 불만이 많으므로 경영주들은 시설이나 환경에 대한 투자를 아끼지 않아야 할 것이고, 위탁은 음식의 품질에 대한 인식도가 높게 나타난 만큼 식재에 대한 품질을 높여 고객들의 인식도를 높여야 할 것이다

## 참고 문헌

1. 전길희. 위탁경영과 영양사의 대처방안, 국민영양 89(11):9-11, 1989.
2. Dohrman, K., Critical Issues Of The 1990's, J. of College & University Foodservice 1(1):71-74, 1993.
3. 양일선. 우리나라 위탁급식 경영의 발전과 현황, 국민영양 96(4):16-26, 1996.
4. 양일선, 차진아. 급식경영학, 교문사, 2001.
5. 대한영양사협회 : 집단급식소 운영실태 파악을 위한 조사결과, 대한영양사협회 국민영양 88(7,8):28-36, 1988.
6. 식품의약품안전청 홈페이지 <http://www.kfda.go.kr>.
7. 박동경. 급식관리 위탁경영의 동향, 대한영양사협회 국민영양 88(1, 2):4, 1988.
8. 양일선. 2000년대의 급식산업, 대한영양사협회 국민영양 95(9):19-23, 1995.
9. 한경수. 위탁급식 전문업체의 고객만족 측정도구의 개발 및 평가. 연세대 대학원 박사학위논문, 1997.
10. 국방부 : 군장병의 영양소 섭취 기준 설정 및 신세대 장병 선호 표준 식단 개발, 정책 연구 용역 과제, 2001.
11. 국방부 : 군장병의 영양소 섭취 기준 설정 및 신세대 장병 선호 표준 식단 개발, 정책 연구 용역 과제, 2001.

12. 김충련. SAS라는 통계상자 : 데이터 리서치, 1996.
13. 장운정. 효율적인 대학 급식 관리 체계를 위한 소비자 태도 분석, 한국식생활문화학회지 10(4):327-337, 1995.
14. 한명주. 서울 지역 대학 식당의 이용 실태 조사, 한국 식문화 학회지 7(2):113-118, 1992.
15. 이영은. 급식소 운영 형태 변화에 따른 대학 급식소의 이용 실태 및 만족도 비교 분석, 연세대 대학원 석사 학위 논문, 1996.
16. 광동경, 장미라. 식단개선을 위한 급식평가, 국민영양 98(12):2-3, 1998.
17. 김신자, 김명애. 사업체 급식서비스 품질의 업무형태별 만족요인의 분석 기대도, 인식도 및 품질 만족도 조사, 한국 조리과학회지 16(5), p.439, 2000.