

급식업체 소비자의 선택속성이 만족 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구: 대학교 급식업체 소비자를 중심으로

최 순 태¹⁾ · 이 수 범[¶]

경희대학교 일반대학원 박사과정¹⁾ · 경희대학교 호텔관광대학 Hospitality 경영학부[¶]

The Impact of Selection Attributes of School Cafeteria Consumers on Satisfaction and Behavioral Intentions - Focused on University Cafeteria Consumers

Soon-Tae Choi¹⁾ · Soo-Bum Lee[¶]

Dept. Culinary and Food Service Management, Graduate School of Kyung Hee University¹⁾
Dept. of Hospitality Management, Hotel & Tourism College, Kyung Hee University[¶]

Abstract

The purpose of the study was to explore the relationship between satisfaction and future behavior intention of cafeteria users. Respondents of the research were cafeteria users in major colleges in Kyunggi province. A total of 300 questionnaires were distributed between October 1, 2010 and October 20, 2010 but only 281 questionnaires were used for the analysis. Based on 14 selection attributes, factor analysis showed that the KMO value of 0.634, which was extracted by Verimax vertical rotation, and $\lambda=610.084(p<0.001)$. In addition, the distributional explanation showed a total of 61.685%. Five factors were obtained as ingredients, food, menu, maintenance, and internal environment factors according to the feature of each variable. The Cronbach value according to confidence and validity tests was 0.703. The explanation was 16.3%, and the influence on satisfaction included ingredients, maintenance, and internal environment. The effect on future behavior intention was significant at the level of $p<0.001$. This study has limitations in that it has generalized the findings on consumers of university cafeterias; therefore, follow-up studies must be conducted.

Key words: satisfaction, cafeteria users, selection attributes, future behavior intention, behavioral intention

I. 서 론

2000년대에 접어들면서 소비자들의 가치분소득의 증가와 결혼연령 대 상승에 따른 1인 가구수의 증가¹⁾, 식생활의 변화 등은 외식에 접할 수 있는 기회를 높게 만들었다. 이와 맞물려 급식시장은

은 직원의 복리증진과 물가상승의 인식, 고객요구의 다양성, 서비스 산업발전 등의 이유로 운영비율이 높아지고 보다 대형화되고 있으며, 경쟁이 심화되고 있는 실정이다. 운영기업에서는 이제 급식의 제공에 대하여 근로여건의 일부로 인식하고 있으며 단순한 식사제공의 수준을 넘어

¶ : 이수범, 02-961-9385, Lesoobum@khu.ac.kr, 서울시 동대문구 회기동 1 경희대학교 호텔관광대학

1) 2009년 전체 1인가구수는 총 341만명에 이르며, 26세부터 35세까지의 2002년부터 2009년까지의 1인가구수의 평균성장률은 115.06%임, 특히, 33세~35세의 성장률은 126.45%로 결혼적령기 이후의 증가율이 높다.(통계청)

근무만족에 영향을 미치는 중요한 요소로 인식하고 있다(전형아, 2010). 반면에 이를 이용하는 소비자는 필요한 영양의 공급과 체력관리, 노동력의 재생산 등의 차원에서 중요하게 인식하고 있으며(김보라, 2009; 이수현, 2005), 높은 수준의 음식과 서비스 제공을 기업에 요구하고 있다.

기업에서는 급식시장의 확대와 중요성에 대하여 높게 인식하고 있는데 반하여, 대학의 급식식당은 저단가·고품질의 소비자 태도와 서비스 제공환경의 개선요구, 운영수지측면에서 저임금체계의 노동력을 활용 등이 이유가 되어 고정적인 소비규모를 확보하고 있음에도 불구하고 낮은 운영수익을 탈피하지 못하는 구조적인 문제점을 갖고 있다. 이러한 문제 해결을 위해 고객 중심적인 경영활동 전개와 고객만족을 지속적으로 추구하여야만 한다. 또한, 급식산업에서의 소비자의 접점영역은 음식 뿐만 아니라, 시설, 서비스, 종업원, 환경 등 매우 다양하다. 그렇기 때문에 내외적인 환경에 대하여 소비자의 만족에 초점을 두고 운영하여야만 재정적인 개선을 기대할 수 있다.

급식시설에 관한 선행연구를 살펴보면, 급식업체 소비자의 선택속성 요인으로 메뉴(Lee AJ · Lim YS 2002; Meyer MK 2000; Yang IS et al. 2000; Meyer MK & Conklin MT 1998; Marples CA & Spillman DM 1995; Fogelman L et al 1992), 서비스(Delucio D & Cremer, M 1990; Lim HS et al., 1999), 물리적 환경(Bitner, MJ 1992; Ingrid YL 2004; Cho, WJ 2004)에 대한 연구가 진행되었으며, 만족에는(Lyu ES 1998; Kim MJ 1999; Yang IS · Han KS 1999; Park JS et al. 2000; Yang IS et al. 2000; Lee AJ · Lim MS, 2002; Kim YS · Lyu ES, 2003; Lee EY et al. 2007)연구가 진행되었다. 행동의도의 요인으로는 긍정적인 구전효과(Lundeen HK et al. 1995)와 구매의도(Spreng RA et al., 1995)의 연구가 진행되었다.

기존 연구에서는 병원 및 산업체 급식시설을 대상으로 연구하였지만, 대학교 급식시설에 소비자를 대상으로 한 연구는 활발히 진행되지 못하였

다. 따라서, 본 연구는 기존 연구를 토대로 하여 대학교 급식시설을 이용하는 소비자를 대상으로 선택속성에 대한 연구변수 탐색과 만족간의 관계를 규명하고 나아가 만족과 긍정적인 행동의도인 구전효과간의 관계를 규명하고자 한다. 본 연구를 통해 대학교 급식시설을 이용하는 소비자의 선택속성과 만족, 행동의도를 파악하여 관련업계의 경영적 제언을 하는 데 본 연구의 목적을 갖고 있다.

II. 이론적 배경

1. 소비자 선택속성

소비자의 선택속성이란 제품이나 서비스에 대한 고객의 기대에 지속적인 영향을 줄 수 있는 요소들을 의미한다. 특히 급식에서는 구매 이후의 소비과정에서 판단할 수 있는 경험적 품질(experience quality)을 의미한다(Park CS 2008). 소비자의 만족에 영향을 미치는 소비자의 선택속성에 관한 연구는 주로 메뉴 관련요인(Lee AJ · Lim YS 2002; Yang IS et al., 2000; Meyer MK 2000; Meyer MK & Conklin MT 1998; Marples CA & Spillman DM 1995; Fogelman L et al 1992), 서비스 관련요인(Lim HS et al. 1999; Delucio D & Cremer, M 1990;), 물리적 환경(Ingrid YL 2004; Cho WJ 2004; Bitner MJ 1992)에 대한 연구가 주로 진행되어오고 있다.

소비자 선택속성에 대한 연구동향을 살펴보면 미국 고등학교 학생을 대상으로 음식의 품질과 다양성이 중요한 요인(Fogelman L et al 1992; Meyer MK 2000)이며, 급식참여를 결정하는 데 영향을 미치는 것으로 나타났다(Marples CA & Spillman DM 1995). 또한, 급식에 대한 결정에는 샘플메뉴의 매력성(Meyer MK & Conklin MT 1998)과 가격(Lee AJ · Lim YS, 2000)도 주요변수로 연구되고 있다.

반면에, 병원 급식서비스에 대한 초기연구는 음식요인보다 서비스 품질을 중요하게 여기는 것으로 나타났지만(Delucio D & Cremer M 1990),

후속연구에서는 메뉴의 질과 인적서비스의 중요성(Olivia, RL et al. 2006)이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 산업체 급식 서비스 요인에는 음식 품질이 가장 중요하며 만족도 향상에는 서비스 제공능력이 중요한 것으로 나타났다(Lee EY et al., 2007).

내부환경에는 서비스 품질 및 만족향상에 서비스 제공의 환경(Lee HY et al., 2003)과 공간의 조명과 공간의 색(Ingrid YL 2004; Eiseman L 1998), 공간의 활용도(Cho WJ 2004), 공간설비(Byun G I·Cho WJ 2006)가 주요한 영향을 나타내는 것으로 연구가 진행되었다.

따라서, 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 급식업체 소비자의 만족에 영향을 미치는 선택속성에 대하여 메뉴 및 음식, 서비스 제공, 내부 환경에 대하여 연구하고자 한다.

2. 만족

만족의 개념은 소비자가 상품 또는 서비스 이용 후에 나타나는 사후 행동의 요소로서 인식을 말한다(Woodside, Frey & Daly, 1989). 즉, 구매이전의 기대수준(expectation)과 이용 후의 성과(performance)의 차이로 정의할 수 있다. 급식에 대한 고객의 인지영역은 매우 넓으며 음식뿐만 아니라, 내부환경, 서비스, 인적서비스 등에 대하여 물리적·심리적 기대를 갖고 있으며 기대가 충족되지 못하면 만족도 하지 않는다(Jang YJ 1995).

단체급식에서는 고객만족과 이용자 만족의 변수를 활용하여 연구가 진행되고 있다(Lee EY et al. 2007; Kim YS·Lyu ES 2003; Lee AJ·Lim MS 2002; Park JS et al. 2000; Yang IS et al. 2000; Kim MJ, 1999; Yang IS·Han KS, 1999; Lyu ES 1998).

따라서 본 연구에서는 독립변수인 선택속성이 종속변수인 만족에 미치는 영향관계를 다중회귀분석(Multiple-Regression)을 통해 규명하고자 한다.

3. 행동의도

행동의도는 크게 긍정적인 구전과 구매의도로

구분할 수 있으며, 구전은 고객에게 기업에 대한 중요한 정보를 제공(Lundeen HK et al. 1995)하며, 잠재적인 고객은 제품 또는 서비스 구매에 대한 의사결정을 한다. 따라서, 신규고객의 긍정적인 구전에 따라서 고객만족이 높음에 따라 유치가 높아질 수 있으며 만족에 따라서 긍정적인 구전의도를 향상시킬 수 있다.

또한, 구매의도는 신규고객의 유치를 위해서는 기존고객의 유지보다 더 많은 비용이 소요되므로(Spreng RA et al., 1995), 구매의도는 매우 중요한 사항이다. 선행연구를 검토하면 만족이 품질보다 더 많은 영향을 미치고, 만족과 구매의도간에는 긍정적인 관계를 갖고 있다.

따라서, 본 연구에서는 긍정적인 구전효과와 구매의도를 행동의도를 파악하는 주요변수로 정하고 만족과의 연관관계를 규명하고자 한다.

4. 대학급식식당 소비자에 관한 연구

대학 급식산업에서의 소비자의 선택속성은 음식(또는 메뉴)에만 국한된 것이 아닌, 제공되는 시설 및 환경, 종업원의 만족도, 서비스 환경에 이르기 까지 매우 다양하다. 따라서 대학급식 식당의 소비자의 품질평가는 다양한 형태로 연구되고 있다. 특히 고객만족을 중심으로 한 품질평가에 관한 연구는 음식의 질과 메뉴의 다양성, 위생, 청결, 분위기, 조리원의 태도, 관리자의 태도, 이용 편리성을 선택속성으로 제시하였으며 전반적인 만족에 미치는 영향을 살펴보았다(Yang IS et al. 2000). 또한, 대학생을 대상으로 위생 및 청결, 시설의 편리성, 음식의 질, 이용편리성, 메뉴의 다양성을 중요도-만족도 통한 비교연구(Yang TS et al. 2005; Lee AJ·Lim YS 2002) 등의 연구가 진행되고 있다. 선행연구를 살펴보면 선택속성에 따른 만족도가 전반적인 만족도에 미치는 영향을 대한 연구가 진행되고 있다. 본 연구에서는 보다 나아가 선택속성과 만족도의 연관관계와 의사결정과정상에서의 행동의도의 개념을 도입하여 연구를 수행하고자 한다.

III. 연구방법

1. 조사설계 및 분석방법

본 연구의 수행을 위한 조사설계는 급식업체 소비자의 선택속성과 만족도 행동의도에 관한 변수를 구성하고 경기도 지역대학의 급식시설을 이용하는 소비자(학생, 교직원이 모두 이용가능)를 대상으로 연구를 수행하였다. 조사방법은 급식업체를 이용한 소비자를 대상으로 설문에 응대하는 대가를 제공하지 않고 원하는 고객에 한하여 무작위 추출방식 자기기입식 설문조사 방법을 채택하였다. 조사기간은 2010년 10월 1일부터 10월 20일까지 급식시설이 운영되는 월~금까지의 점심시간을 활용하여 설문을 시행하였으며, 총 300부를 배포하여 290부를 회수하였으며 연구결과에 부합되지 않는 설문결과를 제외하고 총 281부가 연구결과에 포함되었다. Spss Win 18.0 ver.을 활용하여 탐색적 요인분석과 다중회귀분석 방법을 통해 연구분석을 시행하였다. 설문문항은 기존연구를 토대로 작성하였으며 선택속성 13개 문항과 전반적인 만족도 1, 행동의도 2, 인구통계학적 특성 5 문항으로 총 21개 문항으로 구성하였

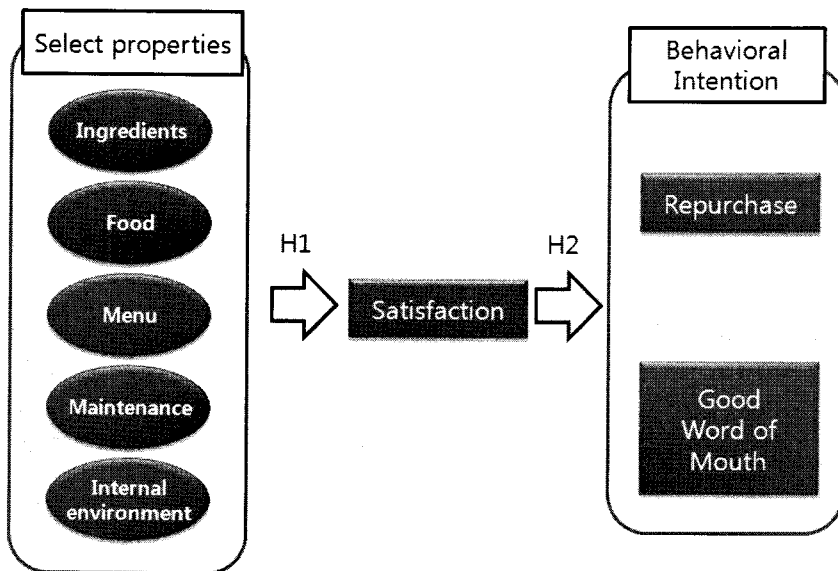
다. 선택속성, 전반적인 만족도, 행동의도에 관한 설문의 측정척도는 리커드 5점 척도를 활용하였으며, 인구통계학적 특성에 관한 문항은 명목척도를 활용하여 측정하였다.

2. 연구모형의 설계

본 연구는 학교급식시설을 이용하는 소비자를 대상으로 급식요인이 만족에 미치는 영향을 미치는 가를 파악하기 위해서 급식요인에 대한 요인을 추출한 후 만족에 미치는 영향을 분석하고, 만족이 구전효과에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 따라서 <Fig. 1>과 같이 연구모형을 수립하였다.

3. 가설설정

본 연구의 수행을 위해 선행연구를 바탕으로 연구변수간의 연관관계를 규명하기 위해서 크게 선택속성과 만족간의 가설과 만족과 행동의도간의 가설을 나누어 설정한다. 특히 선행연구의 음식, 메뉴, 내부환경의 선택속성에 관리적인 부분과 음식의 재료적인 부분을 추가하여 만족에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 또한, 만족이 행동의도에 미치는 영향에 따른 인과관계를 살펴보고



<Fig. 1> Research Model

자 한다.

따라서 본 연구에 맞도록 연구가설을 설정하면 다음과 같다.

가설 1. 급식업체 소비자의 선택속성은 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-a : 급식업체 소비자의 재료 선택속성은 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-b : 급식업체 소비자의 음식 선택속성은 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-c : 급식업체 소비자의 메뉴 선택속성은 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-d : 급식업체 소비자의 관리 선택속성은 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-e : 급식업체 소비자의 내부환경 선택속성은 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 소비자의 만족은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-a : 급식업체 소비자의 만족은 재구매 의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-b : 급식업체 소비자의 만족은 구전효과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

IV. 연구결과

1. 인구통계학적 특성

본 연구의 수행을 위해 실시된 설문조사 결과, 연구에 사용된 표본 수는 모두 281부가 반영되었으며, 인구통계학적 특성은 다음 <Table 1>과 같이 나타났다.

2. 탐색적 요인분석

본 연구의 설문지의 타당성 확보를 위해 타당성 및 신뢰성 분석을 13개 문항에 대하여 Spss Win Ver. 18.0 통계패키지를 이용하여 탐색적 요인분석을 시행하였다. 분석방법은 주 성분분석을 사용하였으며, 회전방식은 Verimax 직각회전을 통해 eigen value 1이상인 값을 추출하였다. 분석결과 KMO값은 0.634로 분석되었으며, Bartlett's 구형성 검정값은 $\chi^2=610.084(p<0.001)$ 로 나타났다. 또한, 분산 설명력은 총 61.685%로 분석되었으며, 이에 대한 결과는 <Table 2>에 나타나 있다. 요인분석결과 5개의 요인이 도출되었으며, 각각의 측정변수의 성질에 부합되도록 재료요인, 음식요인, 메뉴요인, 관리요인, 내부환경 요인으로

<Table 1> Demographic characteristics of the sample

Characteristics		N	%	Characteristics		N	%
Gender	Male	114	40.6	Marital status	Single	168	59.8
	Female	167	59.4		Married	113	40.2
Job	Corporate employees	60	21.4	Age (yrs)	~19	2	0.7
	Business	46	16.4		20~29	139	49.5
	Government workers	42	14.9		30~39	119	42.3
	Agriculture & Fisheries	7	2.5		40~49	16	5.7
	College students	64	22.8		50~59	4	1.4
	Housewives	25	8.9	60~	1	0.4	
	Service Job Workers	19	6.8	Education level	~High school	30	10.7
	Professional job	13	4.6		College	158	56.2
	Retirees	2	0.7		University	85	30.2
	Others	3	1.1		Graduate school	8	2.8
Total		281	100.0				

명명하였다. 또한, 신뢰도 검증을 시행한 결과 Cronbach's α 값은 요인의 신뢰도는 크롬바하 알파 계수가 0.6이상일 때 연구변수가 유의하다고 구분할 수 있는데, 본 연구의 크롬바하 알파계수는 0.696부터 0.711까지 나타나 변수가 유의한 것으로 나타났다.

재료요인에는 2개의 측정변수가 포함되었으며 재료의 질(0.469)과 영향적 균형(0.757)으로 영향적 균형이 좀 더 높게 나타났다. 음식요인에는 제공되는 음식의 적정온도(0.854)로 높게 나타나고 음식의 양(0.649), 색의 조화(0.559) 순으로 나타났다. 메뉴요인에서는 식단의 조화(0.841)가 메뉴의 다양성(0.672)에 비해 높게 나타났으며, 관리요인에서는 위생(0.760), 후식의 제공(0.650)순으로 나타났다. 내부 환경요인에서는 내부인테리어(0.790), 내부청결도(0.762)순으로 나타났다. 탐색적 요인분석을 살펴보면 급식업체 소비자는 제공되는 음식의 적정한 온도와 식단의 조화에 매우 높게 인식하는 것으로 나타났다. 즉, 보다 저가격의 급식시설을 이용하지만, 음식과 식단의 부분,

또한 영향적 균형에 대한 부분 등의 건강과 연계된 부분에서는 높게 인식한다. 이런 결과는 청결도와 위생적인 측면에서도 나타나고 있다. 마지막으로 인테리어 및 청결도, 메뉴의 다양성 부분이 높게 나타났다.

3. 회귀분석

1) 선택속성과 만족 간의 회귀분석

본 연구모형의 선택속성과 만족간의 관계분석을 위해 선택속성의 5가지 요인을 독립변수로 하고 만족을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석 결과는 <Table 3>과 같다.

이 모델의 회귀식은 ($F=12.354$, $sig<0.001$)이며 종속변수의 분산 중 독립변수에 의해 설명되는 비율 중 자유도를 반영한 수정계수(Adjusted R^2)의 값은 0.163으로 나타났으며 이는 총 분산 가운데 16.3%를 설명하는 것을 의미한다. 따라서, 급식만족에 미치는 영향에 대한 회귀계수에는 재료($p<0.01$), 관리($p<0.001$), 내부환경($p<0.001$)만이

<Table 2> Exploratory factor analysis

Factor	Attribute	Factor Loadings	Eigen value	Variance Description	Cronbach' alpha
Factor 1 <u>Ingredients</u>	Quality of Ingredients	0.469	1.160	11.454	0.711
	Nutritional Balance	0.757			
Factor 2 <u>Food</u>	Color Harmony	0.559	1.523	12.624	0.707
	Optimum Temperature	0.854			
	Amount of Food	0.649			
Factor 3 <u>Menu</u>	Menu Harmony	0.841	1.104	11.201	0.705
	Menu Variety	0.672			
	Preference Menu	0.505			
Factor 4 <u>Maintenance</u>	Desserts	0.650	2.918	13.843	0.701
	Hygiene	0.760			
	Clean Tableware	0.576			
Factor 5 <u>Internal Environment</u>	Kitchen Cleanliness	0.762	1.314	12.564	0.696
	Interior	0.790			

* Varimax Rotation, KMO Value=0.634, Total Variance Description(%)=61.685, $\chi^2=610.084$, $p<0.001$

유의한 영향을 미치며, 음식과 메뉴요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 급식만족에는 관리가 가장 큰 영향을 미치며 재료, 내부환경순으로 나타났다. 따라서 급식만족에 설명력 확보를 위해 위생, 급식서비스 등과 같은 추가적인 속성에 관한 연구가 필요하다. 또한, 독립변수간의 상관관계를 나타내는 다중공선성 진단 결과 VIF값이 메뉴(1.081)에서 관리(1.193)까지 나타났으며, 1에 가까워 이에 따른 문제는 나타나지 않았다. 오차항간의 상관관계를 의미하는 Dubin-watson지수는 1.776으로 나타나 자기상관은 없는 것으로 나타났다.

선택속성과 만족도 간의 인과관계에 대한 결과를 살펴보면, 급식만족에 재료요인, 관리요인, 내부환경 요인순으로는 만족하고 있지만, 음식요인과 메뉴요인에 대해서는 만족하지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 재료나 관리, 내부환경과 같이 서비스 접점에 대한 부분은 지불하는 가격에 비하여 만족하고 있지만, 음식수준과 메뉴요인에 대하여는 불만족하는 것으로 나타났다. 이는 소비자가 지불하는 가격에 비해서 보다 높은 수준의 음식

과 메뉴를 요구하는 결과가 반영되어 있다고 볼 수 있다. 반면에, 운영하는 기업측면에서는 불만족의 개선을 위해서는 제품단가 향상과 직결되는 사항이기 때문에, 적정수준에 대한 부분의 연구가 필요할 것으로 사료된다.

2) 만족과 행동의도간의 회귀분석

본 연구모형의 만족과 행동의도와와의 관계분석을 위해 독립변수를 만족으로 설정하고 행동의도 중 재구매 의사<Table 4>와 구전효과<Table 5>를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다.

재구매의사에 대한 회귀분석 결과 이 모델의 회귀식은 (F=5.351, sig<0.05)이며 종속변수의 분산 중 독립변수에 의해 설명되는 비율 중 자율도를 반영한 수정계수(Adjusted R²)의 값은 0.015으로 나타났으며 이는 총 분산 가운데 1.5%를 설명력을 갖고 있음을 의미한다. 오차항간의 상관관계를 의미하는 Dubin-watson지수는 2.010으로 나타나 자기상관이 없는 것으로 나타났다.

이는 급식업체를 이용하는 소비자가 만족하였다 하더라도 재 구매의도는 낮은 것으로 나타났

<Table 3> Multiple Regression analysis

Factor	B	S.E.	t	F	Collinearity		p
					Tolerance	VIF	
Ingredients	0.149	0.157	2.746		0.908	1.101	0.006
Food	-0.008	-0.010	-0.172		0.896	1.116	0.864
Menu	0.086	0.104	1.841		0.925	1.081	0.067
Maintenance	0.203	0.214	3.543	12.354	0.815	1.227	0.000
Internal Environment	0.125	0.174	2.929		0.838	1.193	0.004
Constant	1.444		5.217				0.000

R²=0.422, Adj R²=0.178, Adj R²=0.163, Dubin-Watson=1.776

<Table 4> Regression analysis 1.

Factor	B	S.E.	t	F	p
Research model	2.947	0.135	12.966		
Constant	0.161		2.313	5.351	0.021

R²=0.135, R²=0.018, Adj R²=0.015, Dubin-Watson=2.010

*p<0.001

다. 재 구매의사는 기업의 마케팅적 입장에서 살펴볼 때 매우 중요한 요소이므로 향상을 위한 지속적인 관리가 요구된다.

전반적인 만족이 긍정적인 구전효과에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 <Table 5>와 같다. 모델의 회귀식은 ($F=17.522$, $\text{sig}<0.001$)이며 종속 변수의 분산 중 독립변수에 의해 설명되는 비율 중 자율도를 반영한 수정계수(Adjusted R^2)의 값은 0.055로 나타났으며 이는 총 분산 가운데 5.5%를 설명력을 갖고 있음을 의미한다. 오차항간의 상관관계를 의미하는 Dubin-watson지수는 1.736으로 나타나 자기상관이 없는 것으로 나타났다. 이는 급식업체를 이용하는 소비자가 만족하였다 하더라도 긍정적인 구전효과에 인과관계를 설명하는 데는 낮게 나타났다. 기업의 측면에서 만족과 긍정적인 구전효과는 마케팅적 측면에서 고려할 중요한 사안임으로 지속적인 개선을 위한 노력이 필요하다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 산업체 급식을 이용하는 소비자를 대상으로 만족에 미치는 요인과 만족과 사후행동에 관한 영향관계를 알아보기 위하여 우선 만족에 미치는 선택속성을 알아보기 위해서 13개 속성에 요인분석과 회귀분석을 시행하였다. 연구대상은 대학교 급식업체를 이용하는 소비자를 대상으로 281명의 설문을 최종적으로 포함시켰으며, 통계에는 Spss Win Ver. 18.0을 사용하여 분석하였다. 주요 연구결과는 요인분석은 Verimax 직각회전을 통한 추출에 의해서 KMO값은 0.634로 나

타났으며, $\lambda^2=610.084$ ($p<0.001$)로 나타났다. 또한, 분산 설명력은 총 61.685%로 나타났다. 총 5개의 요인이 도출되어 변수의 특성에 따라 재료요인, 음식요인, 메뉴요인, 관리요인, 내부환경요인으로 명명하였으며, 신뢰도 및 타당성 검증에 따른 Cronbach's α 값은 전체 0.703으로 나타났다.

회귀분석에 따른 결과 선택속성요인이 만족에 미치는 설명력 16.3%으로 나타났으며, 재료, 관리, 내부환경요인이 유의확률 $p<0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났으며, 재료보다 관리 및 내부환경이 높은 유의수준을 나타냈다. 반면에, 음식과 메뉴요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 선택속성 중 재료요인(H1a), 관리요인(H1d), 내부환경(H1e)에 관한 가설은 채택하고, 음식요인(H1b)와 메뉴요인(H1c)에 관한 가설은 기각한다. 다른 연구에 비해 음식과 메뉴요인이 유의한 영향을 미치지 않는 것은 급식업체 소비자가 지불하는 가격에 비해 높은 수준의 음식과 메뉴를 요구하고 있음을 나타낸다.

또한, 만족에 따른 사후행동에 재 구매의도는 유의확률 $p<0.05$ 수준에서 유의하고 1.5%의 설명력을 갖는 것으로 나타났으며, 긍정적인 구전효과는 유의확률 $p<0.001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 사후행동에 대한 결과는 급식시설에 대한 만족에 따른 긍정적인 구전효과나 재 구매의사는 타 외식산업에 비해서 낮게 나타났다.

연구결과에 따른 제언을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 급식시설을 이용하는 소비자는 선택속성 중에 재료, 관리, 내부환경에 대하여 만족하고 있으며, 재료 및 내부환경요인에 비해 관리요인에 대해 높게 인식하는 것으로 나타났다. 즉 급식업

<Table 5> Regression analysis 2.

Factor	B	S.E.	t	F	p
Research model	0.309	0.242	4.186	17.522	0.000
Constant	2.478		9.833		0.000

$R^2=0.242$, $R^2=0.059$, Adj $R^2=0.055$, Dubin-Watson=1.736
* $p<0.001$

체를 이용하고 있는 주변환경 및 관리에 따른 서비스의 측면에는 지불가격에 대비하여 만족하고 있지만, 음식 및 메뉴에 대하여는 보다 많은 요구를 하고 있음을 나타낸다. 하지만, 기업측면에서 음식 및 메뉴의 개선은 제품단가 향상에 따른 경영성 악화와 직결되는 문제이다. 따라서 지불가격에 따른 적정성에 대한 연구가 향후에도 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 만족에 따른 사후행동의 측면에서 재구매 의사나 긍정적인 구전효과와 연관관계가 낮은 것으로 나타났다. 즉, 대학 급식업체를 이용하는 소비자들은 만족에 따라 행동의도로 연결될 확률이 낮으며, 다른 외식업체를 선택할 수 있는 전환비용이 낮음을 의미한다. 이는 급식업의 성격이 반영된 결과이며 연구초기는 만족에 따른 행동의도가 높았던 것을 감안하면 타 외식업체에 대한 전환행동은 시간이 경과할 수록 높아질 것으로 사료된다. 따라서 급식업체는 업체의 충성도 향상과 전환비용향상을 통한 소비자 손실감소에 대한 마케팅적 체고노력이 필요하다.

본 연구의 한계점은 대학 급식업체의 소비자를 대상으로 하고, 경기도 지역의 급식업체 소비자를 연구대상으로 한정하여 전체적인 급식업체의 소비자의 만족 및 행동의도를 설명하는 데는 한계를 가지고 있다. 또한, 선택속성이 만족도에 미치는 영향에 관한 가설에서 음식과 메뉴요인이 기각되었다. 따라서, 향후 연구에서는 연구의 일반화를 위해 보다 다양한 급식업체를 대상으로한 연구 및 검증작업이 필요할 것으로 사료된다. 또한, 급식업체 소비자를 대상으로 제공되는 음식에 따른 지불가능의사를 추정하여 급식업체의 제품단가와 비교하는 지불적정성에 관한 연구가 필요하다.

한글 초록

본 연구는 급식업체 소비자를 대상으로 만족과 사후행동에 관한 연관관계를 살펴보고자 하였다.

선행연구를 통해 도출된 14개의 속성을 바탕으로 요인분석과 회귀분석을 통해 만족을 규정하였다. 급식업체 소비자를 대상으로 총 281개의 응답을 확보하였고, SPSS 18.0 ver을 활용하였다. 요인분석결과 베리맥스 회전방식을 채택하였으며, KMO값은 0.634, $\chi^2=610.084$, 유의확률 $p<0.001$, 총분산 설명력은 61.685%로 나타났다. 5개의 요인이 도출되었고, 각각 재료, 음식, 메뉴, 관리, 내부환경으로 명명하였다. 타당성을 나타내는 크롬바하 알파계수는 0.703으로 나타났다. 설명력 16.3%에 만족에는 재료, 관리, 내적환경이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사후행동에 미치는 영향에는 유의수준이 $p<0.001$ 로 나타났다. 본 연구의 한계는 대학의 급식업체 소비자를 대상으로 하여 일반화의 한계점을 갖고 있으며, 후속연구가 지속적으로 필요하다.

참고문헌

김보라 (2009). 산업체 근로자들의 개인 특성이 급식품질 만족도에 미치는 영향. 영남대학교, 2-8, 경상북도

박창제 (2008). 산업체 근로자들의 급식의 속성이 급식만족에 미치는 영향, 부경대학교, 부산, 20-25. 부산

이수현 (2005). 기업체 연수원 급식만족도 조사 및 급식관리 향상방안, 중앙대학교 의약식품대학원, 7-27, 서울

전형아 (2010). 산업체 근로자들의 급식 만족도 및 잔반에 대한 태도조사, 영남대학교 교육대학원, 2-4, 경상북도

Bitner, M., J.(1992). Servicescape : The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *J Marketing*, 56(2):57-71.

Byun GI, Cho WJ (2006). Family Restaurant Customers' Quality Evaluation and Satisfaction Depending on the Physical Environmental Va-

- riables, *J Korean Soc Dietary Culture*, 21(1): 51-56
- Deluco, D., & Cremer, M. (1990). Consumers' Perceptions of Hospital Food and Dictary Services. *J Am Fietetic Assoc* 90(12):1171-1179.
- Fogelman, L., Dutcher, J., McProud, L., Nelken, I., & Lins, A. (1992). High school students' attitudes toward and participation in the national school lunch program. *School Food Service Res. Rev*, 16(1) :36-42.
- Ingrid, Y. L. (2004). Evaluating a servicescape : the effect of congition and emotion. *Hospitality Management*, 23(2) :163-178.
- Jo UJ (2004). A Study on Influence of Physical Environment on Service Quality Perception and Evaluation- Focus on Hotel Restaurant Factor of Physical Environment, *Korean J Culinary Res* 10(1):203-213
- Kim MJ (2009). Service Quality Assessment for Food Service, *J Foodservice Management*. 2(2):29-52
- Kim YS, Lyu ES (2003). Evaluation of Patients' Satisfaction with Foodservice of Mid - size Hospitals in Busan Area, *J Korean Soc Food Sci & Nutr* 32(7): 1153-1163
- Lau, C. & Gregoire, M. (1998). Quality rating of a Hospital foodservice department by in-patients and postdischarge patients. *J Am Diet Assoc* 98(11) :1303-1307.
- Lee AJ, Lim SY (2002). Comparative Study of the Consciousness Research of College- Lunch Satations and Satisfaction with the Form of Their Operation, *J Hospitality & Tourism Studies*, 8(1) :47-68
- Lee EY, Choi ST, Lee SB (2007). An Analysis of User Satisfation by the Food Service Factors in the Contracted Food Service Management Industry, *J Hospitality & Tourism Studies*, 9(3):113-129
- Lundeen, H. K., Harmon, L. C. & McKenna-Harmon, K. M. (1995). Service Recovery in Commerical Real Estate Management, *J Property Management* 60(3):30-32.
- Lyu, ES (1998). Customer Satisfaction Index of Business & Industry Foodservice Operations in Pusan and Kyeung Nam Area, *J Korean Diet Assoc* 4(2):152-159
- Marples, C. A., & Spillman, D. M. (1995). Factors affecting students' participation in the Cincinnati public school lunch program. *Adolescence* 22(September) :745-753.
- Meyer, M. K., & Conklin, M. T. (1998). Variables affecting high school students' perceptions of school foodservices. *J Am Dietetic Assoc* 98 (12):1424-1436.
- Meyer, M. K., (2000). Top predictors of middle/junior high school students' satisfaction with school foodservices and nutrition programs. *J Am Dietetic Assoc* 100(1):100-103.
- Olivia, R. L., Connelly, W. B. Connelly, L. B. & Capra, S. (2006). Consumer evaluation of hospital foodservice quality : an empirical investigation. *International J Health Care Quality Assurance*, 19(2):181-194.
- Spreng, Richard A., Gilbert D. Harrell, and Robert D. Mackoy (1995). Service Recovery: Impact on Satisfaction and Intentions," *J Services Marketing*, 9(1):15-23.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention. *J Health Care Marketing*, 9(4):5-17.
- Yang IS, Han KS (1999). An Analysis of Customer Satisfaction by Operational Characteristics in Business & Industry Foodservice Operated by Contracted Foodservice Management Com-

pany, *Korean J. Dietary Culture*, 45(5):487-495
 Yang IS, Weon JH, Kang HS (2000). Evaluation
 of Customer's Patronage Behaviors and
 Satisfaction Levels towards Service Quality
 Dimensions of University Residence Hall
 Foodservice, *Korean J. Dietary Culture*, 5(2):
 79-94

2011년 2월 21일 접수
 2011년 3월 28일 1차 논문수정
 2011년 4월 18일 2차 논문수정
 2011년 5월 18일 3차 논문수정
 2011년 6월 14일 게재확정