

위탁급식업체의 고객만족 측정도구의 개발

한경수*, 양일선. *경기대학교 관광학부 조리전공, 연세대학교 식품영양학과

Development of customer satisfaction measurement tool for contracted foodservice management company

Kyung Soo Han, Il Sun Yang. Culinary and Foodservice management major, College of Tourism Science, Kyonggi University, Suwon, Korea, Department of Food and Nutrition, Yonsei University, Seoul, Korea

본 연구의 목적은 위탁급식업체의 고객만족도 측정 도구를 개발하여 고객만족도지수를 산출하며, 개발된 도구의 신뢰도와 타당도를 검증하기 위한 것이다. 고객만족도 측정도구는 국내외 선행연구를 참조하였고, 실제 한국실정에 맞는 고객의 불만 요인을 규명하기 위하여 경영진, 점장, 영양사, 조리실장과의 면담과 고객 모니터링 조사 결과를 토대로 개발되었다. 위탁급식전문업체의 사업체 급식소 10개 업장의 1000명의 고객을 대상으로 고객만족도 측정 도구를 이용하여 설문조사하였고, 회수율은 83.3%였다. 자료의 통계처리는 SAS PC 프로그램 과 Lisrel 프로그램을 이용하여 기술통계량, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, cronbach alpha 계수 산출, 다중 회귀분석을 실시하였다. 고객만족도에 영향을 미치는 39 가지 급식 서비스 품질 항목의 탐색적인 요인분석 결과 음식, 메뉴의 다양성, 위생, 편리성, 여유로움, 쾌적한 분위기, 다양한 부대 서비스의 제공의 7가지 요인으로 규명되었다. 고객만족도 측정 도구의 cronbach's alpha 계수는 0.9515로 도구의 신뢰도를 증명하였다. 확인적 요인분석을 통해 잠재변인인 전반적인 고객만족도의 7개 요인에 대한 모델을 검증한 결과, Goodness of Fit Index(GFI), Adjusted Goodness of Fit Index(AGFI), Root Mean Square Residual(RMR)은 0.83,0.80,0.07로서 본 연구에서 개발된 고객만족도 측정 도구가 타당성이 있음을 입증하였다. 전반적인 고객만족도를 종속변수, 7가지 요인 음식, 메뉴의 다양성, 위생, 편리성, 이용시 여유로움, 쾌적한 분위기, 다양한 부대 서비스의 제공을 독립 변수로 다중회귀분석을 실시한 결과, 전반적인 고객만족도에 대해 7가지 요인들이 96.98%의 설명력을 가지고 있었다. 7가지 요인 중 음식이 가장 중요하게 영향을 미쳤고 그 다음으로 메뉴의 다양성, 위생, 다양한 부대 서비스의 제공이었고 여유로움, 편리성, 쾌적한 분위기의 순서로 영향을 미치고 있었다. 결론적으로 본 연구에서 개발된 고객만족도 측정 도구는 신뢰도와 타당도가 검증되어 위탁급식전문업체의 마케팅전략을 수행하는 도구로서 이용될 수 있다.♣