

푸드코트형 대학교 급식소의 가격탄력성 분석*

Price Elasticity Analysis of Foodcourt-styled University Foodservice*

경남대학교 식품영양학과
조교수 김 현 아

Department of Food and Nutritional Sciences, Kyungnam University
Assistant Professor : Hyun-Ah Kim

◀ 목 차 ▶

- | | |
|----------------|-------------|
| I. 서론 | IV. 결론 및 제언 |
| II. 연구방법 | 참고문헌 |
| III. 연구결과 및 고찰 | |

<Abstract>

The purposes of this study were to determine the price elasticities of foodcourt-styled university foodservice, and to identify the attributes that affect these price elasticities. Questionnaires were distributed to 700 students at the K University in Masan, from September 21-27, 2006. 478 questionnaires were ultimately included in the final analysis (response rate: 68.3%). For statistical analysis, SPSS(12.0) was used to conduct the descriptive analysis, t-test, and ANOVA. The results of this study were as follows. The average meal price for in-campus foodservice was ₩ 2,196 and the average meal price for an off-campus restaurant was ₩3,044. The university students recognized that the proper price for in-campus foodservice and an off-campus restaurant were, respectively, ₩2,127 and ₩ 2,884. The price elasticities for foodcourt-styled university foodservice were 4.20(Kko-Bul-Kko-Bul), 3.83(Il-Poom-Hyang), and 4.10(Ne-Mo-Baek_Ban). The factors that affected price elasticity included the frequency of visiting foodservice, foodservice satisfaction, price satisfaction, and customer's responses to increased meal prices. The recommended price strategy for foodcourt-styled university foodservice was to lower meal price, which would attract more students and increase the sales volume. Simultaneously, foodservice managers should attempt to improve and increase customer satisfaction and the customer's perceived value for meal price. Overall, price elasticity may prove helpful in predicting the customer's behaviors on price changes, and may provide useful basic data for foodservice managers when establishing price strategy.

주제어(Key Words): 푸드코트(Foodcourt), 대학교급식(University Foodservice), 가격탄력성(Price Elasticity)

I. 서론

최근 다양한 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 서비스를 제공하기 위한 노력의 일환으로 동일한 공간 내에 각종 음식을 선택할 수 있도록 꾸며진 푸드코트(food court)와 같은 영업급식 시스템이 단체급식 업장에도 도입되고 있다(양일선, 이보숙, 차진아, 한경수, 채인숙, 이진미, 2006; 이해영, 안선정, 양일선, 2004). 이러한 경향은 대학급식에도 적용되고 있어 현재 많은 대학교 급식에서 복수 메뉴나 카페테리아에서 푸드코트 형태로 급식 운영 형태를 전환하여 운영 중이다.

대학생들의 급식소 이용 실태를 조사한 여러 연구들(노정옥, 우경자, 2003; 이해영, 2005; 한명주, 윤지윤, 김나영, 유영희, 2004)에 의하면 대학생들은 식당 이용시 가격은 상당히 중요한 요소가 됨을 알 수 있었다. 대학교내 급식 시설을 이용하는 이유에 대하여서는 이해영(2005)의 연구에서 '가격이 저렴해서'가 27.4%의 응답률을 보였고 한명주 외 3인(2004)에서는 '가격이 저렴해서'가 60.2%를 차지하였으며, 노정옥과 우경자(2003)의 연구에서는 '가격이 저렴해서'가 34.6%를 차지하여 대학내 급식소를 이용하는 주된 이유가 저렴한 가격 때문인 것을 알 수 있었다. 교내 다수의 급식소를 보유하고 있는 대학을 대상으로 학생들의 각 식당에 대한 인식 및 차별화된 운영 전략의 성공여부 진단한 연구(양일선, 신서영, 이해영, 이소정, 채인숙, 2000)에서는 급식서비스에서 가격이 가장 중요한 속성이며, 그 다음으로 분위기, 음식의 맛, 거리의 순이라고 보고하였다. 김창준(2003)의 연구에서는 경기도에 위치한 대학의 재학생들을 대상으로 학생식당의 서비스 품질 속성들의 상대적 중요도를 조사한 결과 가격대가 65.42%, 소요시간이 24.87%, 음식맛이 9.82%를 차지하였으며, 이해영(2005)의 연구에서는 대학급식의 고객인 대학생들은 급식 서비스의 4가지 속성(가격, 분위기, 음식, 거리)들에 대한 중요도를 조사한 결과 가격 37%, 분위기 30%, 음식 22%, 거리 11%를 차지하였다. 즉 대학생들은 대학교내 급식소를 이용할 때 다양한 급식서비스 품질 속성 중 가격을 가장 중요하게 여기는 속성임을 알 수 있었다.

서비스산업에 있어서의 가격 정책은 다양한 차원을 포함하게 되므로 적절한 가격 결정을 위해서는 수요가 가격에 대응하여 어떻게 반응하는지를 감지해야 하는 데 이를 평가하는 방법들 중 대표적인 방법이 가격탄력성(price elasticity) 측정법이다.

가격탄력성은 어떤 상품의 가격이 변화했을 때 그 상품의 수요량이 어느 정도 변동하는가의 크기를 나타내며 가격의 변화율에 따른 수요량의 변화율로부터 구해지는데 가격이 변화할 때 수요량의 변화가 적으면 가격탄력성은 1이하의

수치를 나타내게 되고 이러한 경우 가격에 대해 수요가 비탄력적이라고 하며, 가격 변화에 따른 수요량 변동이 큰 경우 즉 가격탄력성이 1이상인 경우 탄력적이라고 한다. 가격탄력성이 큰 상품은 가격변동에 따라 수요량이 급변하게 되고 전체 매출에 큰 영향을 미치므로 가격변동에 신중하여야 한다(양일선 외 5인 2006; Kotler, Bowen, Makens, 2003). 환대산업 분야에서 지금까지 수행된 가격탄력성 측정연구는 대부분이 외식이나 서비스 분야에서 이루어 졌으며(유필화, 박유식 2002; 이봉식, 2005; 이봉식, 양일선, 신서영, 최미경, 2006; Crouch 1996) 그 중 대학급식소를 대상으로 수행된 연구인 백승희(1999)의 연구와 양일선, 백승희, 신서영(1999)의 연구 이외에는 전무한 실정이다. 백승희(1999)와 양일선 외 2인(1999)은 서울에 위치한 대학생들을 대상으로 가격 탄력성 분석을 실시하여 수요 변화 정도를 예측하기는 하였으나 메뉴 전반에 걸친 평균적 가격에 대한 범위를 다루어 개별 메뉴에 대한 전략 제안에까지는 이르지 못 하였으며, 지역적 그리고 시간적으로 제한적이기에 기존 연구 결과를 대학급식소에 일반적으로 적용하기에는 한계가 있다.

이에 본 연구에서는 마산에 위치한 K대학교 대학생들을 대상으로 대학급식소 이용시 제공되는 식사에 대한 인식 정도를 조사하고 푸드코트형 급식소에서 제공하고 있는 코너별(일품향, 네모백반, 뽕글뽕글)로 가격탄력성(price elasticity)을 측정하여 가격 인상에 따른 고객의 행동과 수요변화 정도를 예측하고, 가격탄력성에 영향을 미치는 요인들을 파악하고자 하였다. 궁극적으로 대학급식소의 경쟁력 강화 및 가격 정책에 관한 합리적인 의사결정을 내리는데 도움을 줄 수 있는 기초 자료를 제시해 보고자 한다.

II. 연구방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 푸드코트 개념을 도입하여 한식 중심의 '네모백반', 찌개나 탕의 직화 구이 중심의 '뽕글뽕글', 양식이나 덮밥류 중심의 '일품향'의 코너로 운영되고 있는 경남 마산 지역에 위치한 K 대학교내 급식소를 조사대상으로 선정하였다. 네모백반 코너에서는 주로 밥, 국, 반찬 3가지로 이루어진 전통적인 한식 백반의 메뉴가 주로 제공되며, 뽕글뽕글 코너에서는 찌개류(김치찌개, 순두부찌개, 된장찌개 등)나 전골류(어묵전골, 떡만두 전골 등)가 직화구이를 통해 고객의 바로 앞에서 끓인 후 제공되며, 일품향 코너에서는 돈까스, 치킨까스, 함박스테이크 등의 양식류가 제공된다. 2006년 9월 21일부터 27일까지 K 대학에 재학중인 대학생 700명을 대상으로 설문지를 배부하고 회수하였다. 부적절한 응답을

한 설문지를 제외하고 총 478부(회수율 : 68.3%)를 최종 분석에 사용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

설문지는 가격탄력성 분석을 실시한 선행연구들(백승희, 1999; 양일선 외 2인, 1999 ; 이봉식, 2005; 이봉식 외 3인, 2006)들을 참고로 하여 재구성하였으며, 크게 인구통계학적 사항, 대학교내 급식소와 외부 급식소 이용 실태 및 견해, 푸드코트형 급식소 이용 현황 및 태도, 가격탄력성으로 구성하였다. 인구통계학적 사항으로는 성별, 연령, 소속단과대학, 학년, 한달용돈수준, 용돈출처, 거주상태의 7개 항목으로 구성하였으며, 대학교내 급식소와 외부 급식소 이용 실태로는 1식당 평균 소요 비용, 식사를 위한 소요 시간, 이용 빈도의 3개 문항과 견해 조사로써 대학교내 급식소와 외부 급식소 이용시 적정하다고 생각되는 비용 수준을 조사하였다. 푸드코트형 대학급식소의 이용현황 문항으로는 뽕글보글, 일품향, 네모백반의 3개 코너별로 이용 빈도, 급식만족도와 가격만족도의 3개 문항을 조사하였으며, 태도 문항으로써 향후 가격 인상시 대응방안의 문항을 조사하였다. 급식만족도 문항과 가격만족도 문항은 각각 5점 리커트 척도로 측정하였다. 가격탄력성 문항으로는 푸드코트의 3개 코너별(뽕글보글, 일품향, 네모백반)로 이용을 감소 수준을 조사하였다. 가격탄력성을 산출하기 위한 기초 자료인 가격의 변화율에 따른 이용율 변화 조사 단위는 선행 연구(백승희, 1999)를 근거로 하여 제시하였다. 즉 가격의 변화율은 20%를 기준으로 하였으며, 수요량의 변화율은 설문지에 푸드코트형 대학급식소의 코너별로 현재 가격에서 20% 인상된 가격을 제시한 후 그에 따른 이용 의사 변화 정도를 10%단위로 응답하도록 하여 이용율 변화를 조사하였다. 가격 탄력성은 가격의 변화율에 대한 수요의 변화율로 산출하였으며 공식은 다음과 같다 (Kotler et al., 2003).

$$\text{수요의 가격탄력성}(\%) = \frac{\text{수요량의 변화율}(\%)}{\text{가격의 변화율}(\%)}$$

3. 자료의 통계 분석

본 연구 결과의 통계 분석은 SPSS Win(12.0)을 사용하였다. 먼저 조사대상자의 인구통계학적 특성 및 대학급식소 이용 실태를 알아보기 위하여 기술통계분석(descriptive analysis)을 실시하였다. 교내·외에서 식사할 경우 대학생들의 외식 행동의 차이는 t-test를 통하여 분석하였으며, 조사대상의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 가격탄력성의 집단간의 차이는 t-test 및 일원분산분석(ANOVA)

분석을 실시하여 분석하였으며, 집단간 차이의 사후검증을 위하여서는 Scheffe법을 이용하였다.

Ⅲ. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상의 인구통계학적 특성

본 조사의 전체 응답자는 총 478명으로 조사대상의 성별, 연령, 전공, 학년, 한달용돈 및 출처, 거주상태에 대해 조사한 결과는 <표 1>과 같았다. 한달 용돈 수준은 평균 28만원이었으며 대부분이 15만원에서 35만원 사이에 분포하고 있었다. 서울지역의 대학생을 대상으로 실시한 김희선과 정진은(2001)의 연구에서의 월 평균 26만8천원보다는 다소 높은 수준이었다. 김현아(2006)의 연구 결과에서는 월 10만원에서 20만원 사이가 가장 많은 분포(58.6%)를 보였지만 1995년(양

<표 1> 조사대상의 인구통계학적 특성

인구통계학적특성	구 분	응답자수(명)	백분율(%)
성 별	남 자	207	43.3
	여 자	271	56.7
연 령	18-20세 미만	134	28.0
	21-23세 미만	264	55.2
	24세 이상	80	16.7
소속단과대학	경상대학	52	10.9
	공과대학	112	23.4
	문과대학	50	10.5
	법정대학	25	5.2
	사법대학	46	9.6
	자연과학대학	193	40.4
학 년	1학년	72	15.1
	2학년	130	27.2
	3학년	137	28.7
	4학년	139	29.1
한달용돈	15만원 미만	40	8.4
	15-25만원 미만	197	41.2
	25-35만원 미만	166	34.7
	35만원 이상	75	15.7
용돈의 출처 ^{*)}	본인	110	23.0
	부모님 및 주위	403	84.3
	장학재단의 지원	3	0.6
거주상태	자택	326	68.2
	친척집	9	1.9
	하숙	16	3.3
	자취	93	19.5
	기숙사	34	7.1
		N	Mean±SD
연령(세)	478	21.72±2.10	
한달용돈수준(원/월)	478	279,163±142,231	

^{*)}복수응답

일선, 장운정, 김성혜, 김동훈)과 1998년(양일선, 이영은, 김동훈)에 각각 서울 지역 대학생을 대상으로 수행된 연구 결과에서는 주로 20만원에서 30만원 사이에 43.4%와 43.0%를 보였고 또한 대전지역 대학생들을 대상으로 한 연구(박상욱, 하귀현, 1998)에서는 조사대상 대학생들의 27.5%가 20만원에서 30만원사이에 분포하여 시간적 차이에도 불구하고 대학생들의 월 평균 용돈 수준을 그리 많은 편차가 나지 않음을 알 수 있었다. 용돈의 출처의 경우 대부분이 부모님이나 주위로부터 받는 것으로 나타났다.

2. 교내급식소와 외부급식소의 이용 현황 및 적정 가격에 대한 견해조사

교내급식소와 외부급식소 이용현황과 적정 가격에 대한 견해를 조사한 결과는 <표 2>와 같았다. 대학교내 급식소 이용시 1식당 현재 소요 비용은 2,195원, 외부 급식소 이용시 1식당 소요 비용은 3,044원으로 800원의 차이를 나타내었다. 대학교내 급식소 이용시 1식당 소요 비용과 외부급식소 이용시 1식당 소요 비용은 통계적으로 유의적인 차이를 나타내어(p<.001) 조사대상 대학생들은 외부 식당 이용시에 교내 식당 이용시 보다 더 많은 비용을 지불하고 있음을 알 수 있었다. 이영은, 황효선, 박현옥(2006)의 연구 결과에서도 학교 밖의 식당의 음식값이 학교내 식당의 음식값보다 전반적으로

로 높은 것으로 보고하여 본 연구 결과와도 유사한 경향을 보였다.

서울 지역 대학생을 대상으로 1999년 수행된 연구(백승희, 1999)에서는 교내 학생 식당 이용시 1,633원, 외부 식당 이용시 2,965원을 지불하고 있는 것으로 나타나 본 연구 결과보다 낮은 수준이었다. 2004년 서울 지역 대학생을 대상으로 한 연구(한명주 외 3인, 2004)에서는 대부분(84.5%)의 대학생이 2,000원 미만의 평균 식사 비용을 지불하고 있었고 인천지역 대학생을 대상으로 한 연구(우경자, 한복진, 노정옥 2004)에서는 조사 대상의 62.0%가 2,000원에서 3,000원의 비용을 지불하고 있었고 충북대학생들을 대상으로 한 연구(이영은 외 2인, 2006)에서는 조사대상의 59.05%가 1,500원에서 2,000원 사이의 가격을 지불하고 있어 점심 식사를 위하여 대학생들이 지불하는 가격 수준 또한 편차가 크음을 알 수 있었다. 1식당 적정 비용 수준에 대하여 조사한 결과 교내 급식소 이용시에는 2,127원, 외부 급식소 이용시에는 2,884원으로 700원정도의 차이를 나타내어 역시 외부 식당에서 식사시의 적정 비용이 교내 급식소에서 식사시의 적정 비용보다 유의적으로 높은 수준이었다(p<.001). 교내 급식소 이용시 1식당 현재 소요 비용과 적정하다고 생각되는 비용 간에도 비록 70원정도의 적은 차이를 보이긴 했지만 통계적으로 유의한 차이를 보여(p<.05) 현재 대학생들은 현재 그

<표 2> 대학교내 급식소와 외부 급식소 이용시의 소비자 행동 및 인식 차이 분석

	교내 급식소 이용시		교외 급식소 이용시		T-value
	N	Mean±SD	N	Mean±SD	
1식당 비용(원/식)	478	2,195±422	478	3,044±696	-22.804***
적정 비용(원/식)	478	2,127±501	478	2,884±1,216	-12.569***
T-value	2.254*		2.510*		
소요시간(분)	478	30.6±14.2	478	47.6±18.8	-15.731***
이용빈도(회/주)	478	1.51±1.32	478	3.78±2.00	-20.023***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

<표 3> 푸드코트형 대학급식소의 고객 이용 빈도

코너명	이용빈도	거의 매일	주 1-2회	주 3-4회	월 1-2회	거의이용안한다	소계
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)
뽕글뽕글 ¹⁾		2(0.4)	72(15.1)	11(2.3)	87(18.2)	306(64.0)	478(100.0)
일품향 ²⁾		5(1.0)	94(19.7)	21(4.4)	99(20.7)	259(54.2)	478(100.0)
네모백반 ³⁾		10(2.1)	27(5.6)	10(2.1)	40(8.4)	391(81.8)	478(100.0)

¹⁾뽕글뽕글코너 : 찌개류(김치찌개, 순두부찌개, 된장찌개 등) 및 전골류(어묵전골, 떡만두 전골 등)가 직화구이를 통해 제공

²⁾일품향 코너 : 돈까스, 치킨까스, 함박스테이크 등의 양식류 제공

³⁾네모백반 코너 : 밥, 국, 반찬 3가지로 이루어진 전통적인 한식 백반류 제공

들이 소요하는 1식당 비용 수준보다는 낮은 수준의 비용을 적정하다고 인지하고 있었다. 교외 급식소 이용시의 현재 소요 비용 수준과 적정하다고 생각되는 비용 수준 간에도 160 원정도의 차이를 보여 역시 적정하다고 생각하는 비용은 현재 소요하고 있는 비용보다 유의적으로 낮은 수준이었다 ($p<.05$). 이용 빈도를 조사한 결과 조사대상은 교외 급식소를 교내 급식소보다 자주 이용하고 있었으며($p<.001$), 식사를 하기 위하여 소요되는 시간 또한 교외 급식소 이용시 교내급식소 이용시보다 17분정도의 시간이 더 소요됨을 알 수 있었다($p<.001$). 본 연구에서 조사된 대학 급식소 이용 빈도는 강원지역의 대학생들을 대상으로 한 이해영(2005)의 연구에서 보고한 주당 이용 횟수인 평균 3.4회에 비하면 상당히 낮은 수준이었으며, 서울 지역 대학생들을 대상으로 수행한 한명주 외 3인(2004)의 연구 결과(1-2회/주 : 32.5%, 3-4회 : 31/4%)에 비하여서도 낮은 수준이었다. 대전지역 대학생들을 대상으로 한 연구(박상욱, 하귀현, 1998)에서는 '거의 이용 안 한다'가 32.03%, '일 1회 이용한다'가 30.72%를 차지하였고, 인천지역 대학교를 대상으로 한 연구(우경자 외 2인, 2004)의 연구에서 '1-2회/주'가 23.0%를, '거의 이용하지 않는다'가 22.0%를 차지하여 대학급식소의 이용 빈도는 수행된 연구에 따라 빈도의 편차가 큰 것을 알 수 있었다.

대부분의 대학교의 경우 외부 식당으로의 접근성이 떨어지는 것이 대체적인 경향이라면 조사 대상인 K 대학교의 정문과 후문에서 10여미터만 걸어가면 다양한 형태의 외부 식당이 영업을 하고 있다. 따라서 정문과 후문 근처에 위치한 건물에서 수업을 듣는 학생들의 경우 외부 식당으로의 접근성이 좋기 때문에 본 연구의 조사대상인 K대학교의 대학생들은 교외 급식소를 더 자주 이용하는 것으로 사료된다. 또한 그와 함께 교내 급식소 이용시의 현재 소요 비용과 적정하다고 생각하는 비용 간에는 80원 정도의 차이 밖에 나지 않는 것으로 보아 현재 대학교내 급식소의 식사 가격에 대한 가치를 충분히 지각하고 있지 않는 것도 외부 식당을 이용하는 이유로 사료되므로 현재 교내 급식소의 가격을 100원정도 낮춰 보는 것도 더 많은 고객 유치를 위한 방법일 것이라고 사료된다.

3. 푸드코트형 대학급식소 이용 현황 및 고객 태도 분석

1) 푸드코트형 대학급식소의 이용 빈도

푸드코트형 대학급식소의 이용빈도를 조사한 결과는 <표 3>과 같았다. 뽕글뽕글 코너의 경우 '거의 이용 안 한다'가 306명(64.0%)으로 대부분을 차지하였으며, 일품향 코너의 경우도 '거의 이용 안 한다'가 259명(54.2%)로 가장 많은 부분을 차지하였으며, 네모백반코너의 경우 가장 가격이 싼

메뉴임에도 불구하고 '거의 이용 안 한다'가 391명(81.8%)로 대부분을 차지하여 대부분의 학생의 경우 네모백반은 거의 이용하지 않음을 알 수 있었으며, 세 개 코너 중 일품향 코너의 이용 빈도가 가장 높음을 알 수 있었다. 세 개 코너 모두가 '거의 이용 안 한다'가 절반 이상을 차지하여 <표 2>에서 제시한 교내 급식소 평균 이용 빈도인 주 1.5회와 일맥상통한 결과를 보여 주었다.

2) 푸드코트형 대학급식소의 급식만족도 및 가격만족도

푸드코트형 대학급식소의 코너별 급식만족도 및 가격만족도를 조사한 결과는 <표 4>와 같았다. 세 코너 모두 급식만족도 점수가 3점 미만으로 대체적으로 불만족 하고 있는 것을 알 수 있었다. 코너별 유의한 차이를 보여($p<.001$) 뽕글뽕글 코너와 일품향 코너가 네모백반 코너보다 급식만족도 수준이 높았다. 가격만족도 점수 역시 3점미만으로 나타나 대체적으로 가격에 대하여서도 비싸다고 인식하고 있는 것을 알 수 있었으며 코너별 차이를 분석한 결과 일품향과 네모백반의 가격만족도가 뽕글뽕글의 가격만족도보다 높았다 ($p<.001$). 박수정, 김진아, 이심열(2004)의 연구에서 제시한 급식 서비스 만족도 점수인 2.94점, 한명주 외 3인(2004)이 발표한 급식 서비스 만족도 점수인 2.96점, 장윤정(1995)의 연구에서 제시한 만족도 점수가 2.6점, 이영은 외 2인(2006)의 연구에서 제시한 2.91점, 박정숙, 송윤주, 이연숙, 백희영(2000)의 연구에서 보고한 2.87점에 비하면 본 연구에서 나타난 급식 만족도 수준은 다소 낮은 수준이었다. 또한 선행

<표 4> 푸드코트형 대학급식소의 코너별 급식만족도 및 가격만족도 비교

코너명	전반적인 급식만족도 ¹⁾		가격 만족도 ²⁾	
	N	Mean ±SD	N	Mean ±SD
뽕글뽕글 ³⁾	478	2.76±0.75 ^a	478	2.43±0.70 ^b
일품향 ⁴⁾	478	2.86±0.79 ^a	478	2.83±0.70 ^a
네모백반 ⁵⁾	478	2.48±0.87 ^b	478	2.87±0.81 ^a
F-value		29.184***		51.655***

¹⁾ 5점 리커트 척도(1:매우 불만족하다 2:불만족한다 3:보통이다 4:만족한다 5:매우 만족한다)

²⁾ 5점 리커트 척도(1:매우 비싸다 2:비싸다 3:적정하다 4:싼 편이다 5:매우 싸다)

³⁾ 뽕글뽕글코너 : 찌개류(김치찌개, 순두부찌개, 된장찌개 등) 및 전골류(어묵전골, 떡만두 전골 등)가 직화구이를 통해 제공

⁴⁾ 일품향 코너 : 돈까스, 치킨까스, 함박스테이크 등의 양식류 제공

⁵⁾ 네모백반 코너 : 밥, 국, 반찬 3가지로 이루어진 전통적인 한식 백반류 제공

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

^{a), b)} 다른 문자끼리 집단 간 차이를 나타냄.

연구와 본 연구 결과를 살펴본 결과 대학교 급식에 대한 대학생들의 만족도 수준은 전반적으로 3점 미만으로 대체적으로 급식만족 수준이 낮음을 알 수 있었다. 하지만 가격만족도 점수의 경우 선행 연구(장윤정, 1995)에서는 전반적으로 가격이 적정하다고 응답하여(남학생 3.0, 여학생 3.1) 본 연구 결과와는 가격만족도 수준에서 차이가 많이 남을 알 수 있었다.

세 개 코너 중 급식만족도와 가격만족도 점수가 높은 것은 일품향 코너임을 알 수 있었으며, 이는 일품향 코너의 이용빈도가 다른 코너에 비하여 다소 높게 나타난 <표 3>의 결과와도 상관성이 높다 할 수 있겠다. 하지만 세 개 코너의 급식만족도와 가격만족도 수준은 대체적으로 낮은 편이므로 향후 개선의 여지가 많다 할 수 있겠다.

3) 가격 인상시 소비자의 대응 방안

가격 인상시 대학생들의 대응 방안을 조사한 결과는 <표 5>와 같았다. 백승희(1999)의 연구에서 보고한 '다른 식당을 찾는다' (20.7%), '불평을 하면서도 그냥 이용한다' (34.5%), '인상이유를 알면 그대로 이용한다' (11.6%) '이용하는 빈도를 줄인다' (33.2%)와 비교하면 본 연구 결과에서 나타난 가격 인상시 대응방안 조사 결과와는 상당한 차이를 보였다. 대부분의 응답이 다른 식당을 찾거나 이용빈도를 줄이는 것으로 응답하였으므로 조사 대상인 대학급식소는 가격 인상할 경우 상당한 이용 고객의 감소가 예상되었다.

4. 푸드코트형 대학급식소의 가격 탄력성 분석

1) 푸드코트형 급식소의 코너별 가격탄력성 수준

푸드코트형 대학급식소의 코너별 가격 인상에 따른 이용률 변화와 가격탄력성은 <표 6>에 제시하였다. 이용률 감소는 뽕글뽕글 84.08%, 네모백반 81.97%, 일품향 76.61%순으로 나타나 선행 연구(백승희, 1999)에서 나타나 40.51%보다 상당히 높은 수준이었다. 즉 본 연구 대상은 가격 인상할 경우 상당한 이용률 감소를 보일 것을 예측할 수 있었다. 가격

탄력성을 산출한 결과 뽕글뽕글 4.20, 네모백반 4.10, 일품향 3.83순으로 나타났다. 서울 지역 대학생을 대상으로 한 양일선 외 2인(1999)의 연구 결과에서는 가격탄력성을 2.03으로 보고하였으며, 패밀리 레스토랑을 대상으로 한 최미경, 이봉식(2006)의 연구 결과에서는 2.57에서 2.75의 수준을 나타내어 본 연구 결과에서 산출된 가격탄력성 수준은 매우 탄력적임을 알 수 있었다. 가격탄력성의 절대값이 1보다 크면 탄력적인 것으로 판단하므로(Kotler & Keller, 2005) 본 연구 대상인 푸드코트의 세 개 코너 모두가 매우 탄력적인 것으로 나타났다. 전반적으로 현재의 가격에 대한 인식이 싸다고 인식하고 있지 않으며, 가격 상승시 대응방안조사 결과 대부분의 조사 대상자가 다른 식당을 이용하거나 이용 횟수를 줄인다고 응답하여 가격 상승에 대한 저항이 매우 크다고 판단할 수 있겠다. 따라서 본 조사 대상인 K 대학의 푸드코트형 급식소는 가격을 인상할 경우 고객의 이탈과 함께 이용률 감소로 인하여 판매량 감소 결과를 초래할 수 있음을 예측할 수 있다.

코너별로 가격탄력성의 차이를 분석한 결과 뽕글뽕글코너와 네모백반의 가격탄력성이 일품향의 가격탄력성보다 유의적으로 높아($p < .001$) 일품향의 가격탄력성이 뽕글뽕글과 네모백반에 비해 덜 탄력적임을 알 수 있었다.

2) 조사대상자의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 푸드코트 급식소의 가격탄력성 차이 분석

뽕글뽕글 코너의 조사대상자의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 가격탄력성의 차이 분석 결과 학생식당 이용빈도($p < .001$), 급식만족도($p < .001$), 가격만족도($p < .001$), 가격인상시 대응방안($p < .001$)에 따라 유의적인 차이를 나타내었다(<표 7>). 학생식당 이용빈도에 따른 비교 결과 유의적인 차이를 나타내었지만 scheffe법을 이용한 사후검증에서 집단간 차이에 따른 grouping이 되지 않았다. 이용 빈도가 높을 수록 가격탄력성이 낮아짐을 알 수 있었고, 급식만족도의 경우 만족하는 집단이 다른 집단에 비하여 가격탄력성이 낮았으며, 가격만족도의 경우 싸다고 인식하는 집단의 가격

<표 5> 가격 인상시 소비자의 대응 방안

구분	빈도(백분율)
다른 식당을 찾는다.	292(61.1)
이용하는 빈도를 줄인다.	134(28.0)
불평을 하면서도 다른 대안이 없으므로 그냥 이용한다.	32(6.7)
인상 이유를 알면 이해하고 그대로 이용한다.	20(4.2)
총계	478(100.0)

<표 6> 푸드코트형 대학급식소의 코너별 가격탄력성 비교 분석

코너명	수요량 변화율(%)	가격의 변화율(%)	가격탄력성
뽕글뽕글	84.08±24.41 ^a	20.0	4.20±1.22 ^a
일품향	76.61±29.03 ^b	20.0	3.83±1.45 ^b
네모백반	81.97±27.02 ^a	20.0	4.10±1.35 ^a
F-value	9.803***		9.803***

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$
^{a), b)} 다른 문자끼리 집단 간 차이를 나타냄.

〈표 7〉 뷔글뷔글 코너의 조사대상의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 가격탄력성 차이 분석 (N=478)

요인	구분	응답수	이용율 감소(%) ¹⁾	가격탄력성 ¹⁾	T-값/F-값
성별	남자	207	83.67±23.91	4.18±1.20	-0.319
	여자	271	84.39±24.82	4.22±1.24	
연령	18-20세 미만	134	85.37±23.93	4.27±1.20	0.335
	21-23세 미만	264	83.30±25.14	4.16±1.26	
	24세 이상	80	84.50±22.89	4.23±1.14	
전공	경상대학	52	87.12±22.87	4.36±1.14	0.368
	공과대학	112	84.38±23.20	4.22±1.16	
	문과대학	50	85.00±23.76	4.25±1.19	
	법정대학	25	79.60±27.61	3.98±1.38	
	사범대학	46	83.26±25.13	4.16±1.26	
	자연과학대학	193	83.63±25.23	4.18±1.26	
학년	1학년	72	79.72±27.27	3.99±1.36	2.263
	2학년	130	88.38±20.03	4.42±1.00	
	3학년	137	83.43±25.88	4.17±1.29	
	4학년	139	82.95±24.74	4.15±1.24	
한달용돈	15만원 미만	40	88.75±22.33	4.44±1.12	0.747
	15-25만원 미만	197	84.16±23.97	4.21±1.20	
	25-35만원 미만	166	83.98±25.00	4.20±1.25	
	35만원 이상	75	81.60±25.36	4.08±1.27	
학생식당 이용빈도	거의 매일	2	55.00±63.64	2.75±3.18	5.677***
	주3-4회	72	74.86±31.62	3.74±1.58	
	주1-2회	11	78.18±28.57	3.91±1.43	
	월1-2회	87	80.69±24.49	4.03±1.22	
	거의이용안함	306	87.61±21.14	4.38±1.06	
급식만족도	불만족	142	90.77±19.61 ^a	4.54±0.98 ^a	12.949***
	보통	285	82.98±24.35 ^a	4.15±1.22 ^a	
	만족	51	71.57±30.62 ^b	3.58±1.53 ^b	
가격만족도	비싸다	259	89.77±19.05 ^a	4.49±0.95 ^a	25.929***
	적정	200	79.40±26.33 ^a	3.97±1.32 ^a	
	싸다	19	55.79±37.02 ^b	2.79±1.85 ^b	
가격인상시 대응방안	다른 식당을 찾는다.	292	89.73±20.03 ^a	4.49±1.00 ^a	47.976***
	이용하는 빈도를 줄인다.	134	83.88±20.59 ^a	4.19±1.03 ^a	
	불평을 하면서도 다른 대안이 없으므로 그냥 이용한다.	32	61.56±33.42 ^b	3.08±1.67 ^b	
	인상 이유를 알면 이해하고 그대로 이용한다.	20	39.00±23.15 ^c	1.95±1.16 ^c	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

^{a), b)} 다른 문자끼리 집단 간 차이를 나타냄.

¹⁾ Mean ± SD

탄력성이 다른 집단에 비해 낮았다. 이는 전반적으로 급식에 만족하는 집단의 가격탄력성이 다른 집단에 비해 낮게 나타나 급식만족도가 높은 경우 가격이 다소 상승하더라도 계속 이용하고자 하는 경향이 큼을 보여주었다. 또한 전반적으로 현재 가격이 '싸다'고 인식할수록 가격 변화에 따른 이용률 변화가 적은 것으로 분석되었다. 선행연구(백승희, 1999)에서도 학생식당 이용빈도, 급식만족도, 가격만족도에 따라 유의한 차이를 보여 본 연구 결과와 유사한 경향을 보였다. 가격인상시 대응방안에 따른 가격탄력성을 비교한 결과 '인상 이유를 알면 그래도 이용한다'라고 응답한 집단의 가격탄력성이 다른 집단에 비하여 타집단에 비하여 상당히 낮은 것으로 나타나 급식소에 대하여 긍정적인 태도를 가진 소비자들

의 경우 가격탄력성이 낮음을 알 수 있었고 또한 소비자들이 가격인상에 대하여 합당한 이유를 인지하는 경우 가격 인상으로 인한 이용률 감소를 줄일 수 있다는 것을 알 수 있었다.

하지만 본 연구에서는 '다른 식당을 찾는다'가 가장 많이 나와 응답자의 대부분을 차지하여 본 연구 대상의 대부분이 가격에 아주 민감하다고 판단할 수 있으므로 향후 가격 인상보다는 가격 인하로 고객수를 늘여서 총매출을 높이는 방향으로 가격 정책 수립이 필요하리라 사료된다.

일품향 코너의 조사대상자의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 가격탄력성의 차이 분석 결과 학생식당 이용빈도(p<.01), 급식만족도(p<.001), 가격만족도(p<.001), 가격인상시 대응방안(p<.001)에 따라 유의적인 차이를 나타

〈표 8〉 일품향 코너의 조사대상의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 가격탄력성 차이 분석 (N=478)

요인	구분	응답수	이용율 감소(%) ¹⁾	가격탄력성 ¹⁾	T-값/F-값
성별	남자	207	78.45±27.76	3.92±1.39	1.226
	여자	271	75.20±29.94	3.76±1.50	
연령	18-20세 미만	134	77.31±29.23	3.86±1.46	0.054
	21-23세 미만	264	76.33±28.67	3.82±1.43	
	24세 이상	80	76.38±30.20	3.82±1.51	
전공	경상대학	52	84.04±26.66	4.20±1.33	2.133
	공과대학	112	79.20±27.77	3.96±1.39	
	문과대학	50	77.80±28.23	3.89±1.41	
	법정대학	25	71.20±32.57	3.56±1.63	
	사범대학	46	81.30±25.70	4.07±1.28	
	자연과학대학	193	72.38±30.35	3.62±1.52	
학년	1학년	72	72.08±31.26	3.60±1.56	2.192
	2학년	130	81.85±25.51	4.09±1.28	
	3학년	137	75.18±31.13	3.76±1.56	
	4학년대학원	139	75.47±28.39	3.77±1.42	
한달용돈	15만원 미만	40	81.25±27.47	4.06±1.37	0.731
	15-25만원 미만	197	77.56±28.22	3.88±1.41	
	25-35만원 미만	166	75.72±29.88	3.79±1.49	
	35만원 이상	75	73.60±30.16	3.68±1.51	
학생식당 이용빈도	거의 매일	5	70.00±36.74	3.50±1.84	4.094**
	주3-4회	94	68.19±30.44	3.41±1.52	
	주1-2회	21	68.57±28.33	3.43±1.42	
	월1-2회	99	75.15±29.88	3.76±1.49	
	거의이용안함	259	81.00±27.38	4.05±1.37	
급식만족도	불만족	129	83.10±26.83 ^a	4.16±1.34 ^a	17.049***
	보통	267	78.35±26.93 ^a	3.92±1.35 ^a	
	만족	82	60.73±33.33 ^b	3.04±1.66 ^b	
가격만족도	비싸다	108	91.48±16.28 ^a	4.57±0.81 ^a	46.459***
	적정	323	75.98±27.95 ^b	3.80±0.40 ^b	
	싸다	47	46.81±34.96 ^c	2.34±1.75 ^c	
가격인상시 대응방안	다른 식당을 찾는다.	292	84.35±24.94 ^a	4.22±1.25 ^a	41.779***
	이용하는 빈도를 줄인다.	134	72.99±26.30 ^a	3.65±1.32 ^a	
	불평을 하면서도 다른 대안이 없으므로 그냥 이용한다.	32	49.69±31.88 ^b	2.48±1.59 ^b	
	인상 이유를 알면 이해하고 그대로 이용한다.	20	31.00±26.54 ^c	1.55±1.33 ^c	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

^{a), b)} 다른 문자끼리 집단 간 차이를 나타냄.

¹⁾ Mean ± SD

내었다(표 8). 학생식당 이용빈도에 따른 비교 결과 scheffe 법을 이용한 사후검증에서 집단간 차이에 따른 grouping이 되지 않았다. 학생 식당의 이용 빈도가 주 3-4회인 집단이 가격탄력성이 가장 낮게 나타났으며, 급식에 대하여 만족한 집단의 가격탄력성이 낮았으며, 가격만족도의 경우 가격을 싸다고 인지한 집단이 가격탄력성이 낮았다. 가격인상시 대응방안에 따른 가격탄력성의 경우 '인상 이유를 알면 그대로 이용한다' 라고 응답한 집단의 가격탄력성이 다른 집단에 비하여 현저한 수준으로 낮았다. 일품향 코너의 가격탄력성 분석 결과는 뽕글뽕글 코너의 가격탄력성 분석 결과와 유사한 경향을 보였다.

네모백반 코너의 조사대상자의 인구통계학적 특성, 이용

현황 및 견해에 따른 가격탄력성의 차이 분석 결과 학생식당 이용빈도(p<.01), 급식만족도(p<.001), 가격만족도(p<.001), 가격인상시 대응방안(p<.001)에 따라 유의적인 차이를 나타내었다(표 9). 학생식당 이용빈도에 따른 비교 결과 scheffe 법을 이용한 사후검증에서 집단간 차이에 따른 grouping이 되지 않았다. 학생 식당의 이용 빈도가 주 3-4회인 집단의 가격탄력성이 가장 낮게 나타났으며, 급식에 대하여 만족한 집단과 보통인 집단의 가격탄력성이 낮았으며, 가격만족도의 경우 가격을 싸다고 인지한 집단이 가격탄력성이 낮았다. 가격인상시 대응방안에 따른 가격탄력성의 경우 '인상 이유를 알면 그대로 이용한다' 라고 응답한 집단과 '불평을 하면서도 다른 대안이 없으므로 그냥 이용한다' 라고 응답한 집단

〈표 9〉 네모백반 코너의 조사대상의 인구통계학적 특성, 이용현황 및 견해에 따른 가격탄력성 차이 분석 (N=478)

요인	구분	응답수	이용율 감소(%) ¹⁾	가격탄력성 ¹⁾	T-값/F-값
성별	남자	207	81.59±27.50	4.08±1.37	-0.263
	여자	271	82.25±26.69	4.11±1.33	
연령	18-20세 미만	134	84.18±25.17	4.21±1.26	1.157
	21-23세 미만	264	81.93±26.62	4.10±1.33	
	24세 이상	80	78.38±30.99	3.92±1.55	
전공	경상대학	52	85.77±25.39	4.29±1.27	1.097
	공과대학	112	84.29±23.74	4.21±1.19	
	문과대학	50	81.60±28.74	4.08±1.44	
	법정대학	25	74.80±33.31	3.74±1.66	
	사범대학	46	85.22±23.26	4.26±1.16	
	자연과학대학	193	79.84±28.62	3.99±1.43	
학년	1학년	72	79.17±26.47	3.96±1.32	1.401
	2학년	130	85.46±24.91	4.27±1.24	
	3학년	137	82.63±26.44	4.13±1.32	
	4학년	139	79.50±29.52	3.97±1.48	
한달용돈	15만원 미만	40	88.50±23.49	4.43±1.17	1.866
	15-25만원 미만	197	83.50±25.44	4.17±1.27	
	25-35만원 미만	166	80.66±27.31	4.03±1.37	
	35만원 이상	75	77.33±31.34	3.87±1.57	
학생식당 이용빈도	거의 매일	10	80.00±28.67	4.00±1.43	4.326**
	주3-4회	27	64.81±35.01	3.24±1.75	
	주1-2회	10	72.00±38.53	3.60±1.93	
	월1-2회	40	75.75±32.65	3.79±1.63	
	거의이용안함	391	75.75±32.65	4.20±1.24	
급식만족도	불만족	231	88.01±22.45 ^a	4.40±1.12 ^a	12.207***
	보통	209	77.03±29.25 ^b	3.85±1.46 ^b	
	만족	38	72.37±31.75 ^b	3.62±1.59 ^b	
가격만족도	비싸다	120	91.67±17.60 ^a	4.58±0.88 ^a	24.758***
	적정	239	82.53±25.30 ^b	4.13±1.26 ^b	
	싸다	12	65.68±35.67 ^c	3.28±1.78 ^c	
가격인상시 대응방안	다른 식당을 찾는다.	292	90.21±19.67 ^a	4.51±0.98 ^a	40.537***
	이용하는 빈도를 줄인다.	134	75.37±28.51 ^b	3.74±1.43 ^b	
	불평을 하면서도 다른 대안이 없으므로 그냥 이용한다.	32	55.94±34.35 ^c	2.80±1.72 ^c	
	인상 이유를 알면 이해하고 그대로 이용한다.	20	47.50±32.26 ^c	2.38±1.61 ^c	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

^{a), b)} 다른 문자끼리 집단 간 차이를 나타냄.

¹⁾ Mean ± SD

의 가격탄력성이 다른 집단에 비하여 현저히 낮았다. 네모백반 코너의 가격탄력성 분석 결과는 뽕글뽕글 코너와 일품향 코너의 가격탄력성 분석 결과와 유사한 연구 결과를 보였다.

연구 대상의 대부분이 현재 K 대학교 급식소의 이용 빈도가 저조하고 가격 인상시 다른 식당을 찾겠다는 응답이 대부분(61.1%)이었으므로 향후 대학급식소의 가격을 조금이라도 인상될 경우 대학급식소의 이용율을 쉽게 줄일 수 있는 가능성이 많아 높은 가격탄력성을 보인 것으로 사료된다. 급식에 대하여 만족한 집단의 가격탄력성이 낮게 나오긴 하였으나 조사 대상의 대부분이 불만족하거나 보통으로 응답하였기에 가격 인상시 이용율을 줄이거나 다른 식당을 찾게 되는 경우가 많게 됨을 예측할 수 있다 따라서 본 조사대상 급식소의

경우에 가격 인상보다는 급식 서비스 품질 개선을 통한 급식 만족도 향상을 우선적으로 피하여야 할 것이다.

현재 식사 가격을 싸다고 인식하고 있는 집단의 가격탄력성이 비교적 낮아 이용율 감소가 적게 나타났다. 식사 가격에 대하여 싸다고 인식하는 집단, 비싸다고 인식하는 집단의 규모가 균형을 이루는 경우라면 세분 시장별로 차별화된 마케팅 전략의 도출이 가능할 것이다. 하지만 현재 가격을 싸다고 인식하는 고객의 상대적인 분포가 적은 편이고, 대부분의 조사 대상이 현재 식사 가격을 비싸다고 인식하고 있고 게다가 본 연구에서 조사된 조사대상의 가격탄력성 인식 수준은 타 연구에 비해 상당히 높게 나타났으므로 단기적으로는 세분 시장별 차별화된 마케팅 전략을 도입하기 보다는 효

올적인 가격 정책 수립이 우선적이라 하겠다. 향후 합리적인 가격 정책을 수립하기 위하여서는 현재 가격에 대하여 피급 식자가 어떻게 인식하고 있는지를 우선적으로 파악하고 급 식서비스에 대한 고객 인지 가치를 높임으로써 가격에 대한 인식을 개선하는 것이 필수적이라 하겠다.

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 마산에 위치한 K 대학교의 푸드코트형 급 식소의 가격정책을 수립하기 위하여 가격탄력성 분석을 실 시한 결과는 다음과 같다.

1. 조사 대상자는 남자 207(43.3%), 여자 271(56.7%)이었고 연령은 평균 21.72세였다. 소속 단과대학으로는 자연과학 대학이 193명(40.4%)로 가장 많았고 한달 용돈 수준은 평 균 28만원이었다.
2. 조사 대상자의 대학교내 급식소 이용시 1식당 현재 소요 비용과 적정하다고 생각하는 비용은 각각 2,195원, 2,127 원으로 70원의 차이를 나타내었으며, 현재 비용 수준보다 낮은 수준을 적정하다고 인식하고 있었다($p < .001$). 점심 식사를 하기 위하여 소요하는 시간은 평균 30.6분이었으 며, 주당 평균 이용 횟수는 1.51회로 낮은 수준이었다. 조 사대상인 K대학교는 정문, 후문을 통한 외부 식당으로의 접근성이 높아 현재 대학교내 급식소보다는 외부 급식소 를 더 자주 이용하고 있었다.
3. 푸드코트형 대학급식소의 3개 코너(뽕글뽕글, 일품향, 네 모백반)의 이용 빈도를 조사한 결과 대체적으로 이용빈도 가 낮은 수준이었으며 3개 코너의 급식만족도 및 가격만 족도를 조사한 결과 대체적으로 불만족하고 있었다. 뽕글 뽕글, 일품향, 네모백반의 3개 코너 중 일품향의 이용빈도 와 급식만족도의 경우 다른 2개 코너보다 높은 수준이고 가격만족도의 경우 판매 가격이 가장 낮은 네모백반이 가 장 높았다. 가격인상시 대응방안으로는 '다른 식당을 찾 는다'가 가장 많은 응답(61.1%)을 하였다.
4. 푸드코트형 대학급식소의 3개 코너의 가격탄력성을 분석 한 결과 뽕글뽕글이 4.20, 네모백반이 4.10, 일품향이 3.83 으로 대체적으로 매우 가격에 탄력적임을 알 수 있었다.
5. 가격탄력성에 영향 미치는 요인을 분석한 결과 학생식당 이용빈도가 높을수록 가격탄력성이 낮아짐을 알 수 있었 고($p < .001$), 급식에 만족하는 정도가 높은 집단의 가격탄 력성이 급식만족도가 낮은 집단에 비하여 낮았으며 ($p < .001$), 현재 가격에 대하여 싸다고 인식하는 집단의 가 격탄력성이 낮은 편이었으며($p < .001$), 가격인상이 대응방 안으로써 '인상 이유를 알면 이해하고 그대로 이용한다'

의 가격탄력성이 다른 집단에 비하여 낮았다($p < .001$).

본 연구 결과에 근거로 푸드코트형 대학교 급식소의 향후 가격 운영 전략을 제언하면 다음과 같다. 조사대상의 대부분 이 가격 인상시에 '외부 식당을 찾는다'로 응답하였고 가격 탄력성을 분석한 결과 푸드코트의 모든 코너에서 가격탄력 성이 상당히 높게 나타났다. 또한 조사대상인 K대학교는 정 문, 후문을 통한 외부 식당으로의 접근성이 높다는 사실을 고려한다면 향후 가격이 조금이라도 인상된다면 현재 푸드 코트형 대학교 급식소는 판매량의 감소 뿐만 아니라 상당한 고객 이탈을 예측할 수 있다. 급식만족도와 가격만족도가 가 격탄력성에 영향 미치는 요인임을 고려한다면 우선적으로는 고객 만족도 향상을 통한 고개 유치 전략의 수립이 필수적이 라 하겠다. 또한 높은 가격탄력성은 반대로 가격 인하시에 일정 수준의 이용율 증가를 기대할 수 있음을 의미하고 또한 조사대상은 현재 가격보다 80원정도 낮은 수준을 적정한 가 격으로 인식하고 있으므로 향후 가격을 인하하여 고객수를 늘여서 총매출을 높이는 방향으로 가격 전략을 수립하는 것 이 필요할 것이다. 만약, 가격인상정책이 필요한 경우라면 급식소 운영자는 이용고객의 인적사항, 급식소 및 견해, 가 격인상시 대응방안에 대한 조사를 우선적으로 실시하여 가 격탄력성 수준을 미리 예측해 본 후 이를 정책결정에 반영해 야 할 것이다. 조사 대상인 K 대학의 푸드코트형 급식소가 우선적으로 해결하여야 할 과제는 급식 서비스에 대한 고객 만족도 개선을 위한 운영의 내실화와 동시에 급식 서비스에 대하여 고객이 인지하는 가치를 높임으로써 장기적으로는 가격탄력성을 감소시킬 수 있어야 한다는 것이다.

따라서 향후 고객이 인지하는 가치에 영향 미치는 요인들 에 대한 규명과 함께 고객의 가치를 창출시키고 향상시킬 수 있는 급식 운영 방안 모색에 대하여 다양한 연구가 수행되어 야 할 것이다.

감사의 글

본 연구는 2006학년도 경남대학교 신진교수연구비 지원 에 의하여 이루어졌기에 감사드립니다.

■ 참고문헌

김창준(2003). Conjoint 분석을 활용한 대학급식 고객의 선택 속성 사례연구. 연세대학교 생활환경대학원 석사학 위논문.
김현아(2006). 대학교 급식소의 급식서비스품질에 대한 인식

- 이 소비자태도에 미치는 영향. 한국식품영양과학회지, 35(6), 815-822.
- 김희선, 정진은(2001). 서울시내 대학생의 외식행동에 관한 조사 연구. 한국식생활문화학회지, 16(2), 147-157.
- 노정옥, 우경자(2003). 인천지역 대학생의 식행동과 대학급식소 이용실태. 동아시아식생활학회지, 13(5), 362-370
- 박상욱, 하귀현(1998). 대전지역 대학생들에 의한 대학 급식소의 급식평가. 한국식품영양과학회지, 11(5), 528-535.
- 박수정, 김진아, 이심열(2004). 대학 구내식당의 이용실태 및 급식 서비스에 대한 만족도 조사 - 서울 지역을 중심으로-. 동아시아식생활학회지, 14(1), 83-91.
- 박정숙, 송윤주, 이연숙, 백희영(2000). 일부 서울지역 대학식당의 급식서비스에 대한 고객 만족도 평가. 대한지역사회영양학회지, 5(2S), 324-332.
- 백승희(1999). 대학교 학생식당의 최적가격정책을 위한 대학생들의 가격탄력성 및 가격민감성 분석. 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문.
- 양일선, 백승희, 신서영(1999). 대학교 학생식당의 가격정책을 위한 가격탄력성 분석. 대한지역사회영양학회지, 4(4), 587-593.
- 양일선, 신서영, 이해영, 이소정, 채인숙(2000). 컨조인트 분석과 다차원척도법을 이용한 대학급식소의 전략적 운영 방안 모색. 한국식생활문화학회지, 5(1), 51-58.
- 양일선, 이보숙, 차진아, 한경수, 채인숙, 이진미(2006). 단체 급식. 서울 : 교문사.
- 양일선, 이영은, 김동훈(1998). 대학급식소 운영형태 변화에 따른 이용실태 및 만족도 비교 분석. 한국식생활문화학회지, 13(5), 423-430.
- 양일선, 장윤정, 김성혜, 김동훈(1995). 효율적인 대학급식 관리체계 및 경영전략을 위한 소비자 태도 분석. 한국식생활문화학회지, 10(4), 327- 337.
- 우경자, 한복진, 노정옥(2004). 인천지역 대학생에 의한 대학급식소의 급식서비스에 대한 품질 평가. 동아시아식생활학회지, 14(3), 294-301.
- 유필화, 박유식(2002). 가격탄력성을 이용한 세분 시장의 가격차별화 전략 - 해운서비스를 중심으로-. 마케팅 연구, 17(2), 87-112.
- 이봉식(2005). 레스토랑 메뉴가격 결정을 위한 활동기준원가 분석 사례연구. 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문.
- 이봉식, 양일선, 신서영, 최미경(2006). 샐러드 뷔페형 패밀리 레스토랑의 메뉴별 가격탄력성 분석 및 가격탄력성에 미치는 영향 요인에 대한 사례 연구 : 서울 소재 1개 매장을 대상으로. 한국식생활문화학회지, 21(3), 254-261.
- 이영은, 황효선, 박현옥(2006). 충북대학교 학생들의 학교급식소 이용실태 및 만족도 조사. 생활과학연구논총, 10(1), 159-169.
- 이해영(2005). 대학 내 신규 학생식당의 운영 모델 제안을 위한 급식서비스 속성의 상대적 중요도 규명. 한국식품영양학회지, 24(7), 1028-1034.
- 이해영, 안선정, 양일선(2004). 푸드코트형 산업체 급식소에 서의 고객의 메뉴 선택 속성 규명. 대한지역사회영양학회지, 9(2), 183-190.
- 장윤정(1995). 효율적인 대학급식 관리체계를 위한 소비자 태도 분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 최미경, 이봉식(2006). 패밀리 레스토랑의 가격 전략 수립을 위한 가격민감성 분석 사례 연구. 대한지역사회영양학회지, 11(2), 253-260.
- 한명주, 윤지윤, 김나영, 유영희(2004). 대학급식소의 이용 실태 및 급식·서비스 품질 만족도. 한국조리과학회지, 20(6), 545-552.
- Crouch, G. I. (1996). Demand elasticities in international marketing: a met-analytical application to tourism. *Journal of Business Research*, 36, 117-136
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism*. 3rd ed. NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Marketing Management*. 12th ed. NJ: Prentice Hall.

(2007년 3월 23일 접수, 2007년 5월 20일 채택)