

고객 확대를 위한 대학급식소 신설의 객관적 근거 모색 및 급식소 위치에 따른 마케팅 전략 수립 사례 연구

박문경[†] · 김창준* · 양일선**

연세대학교 식품영양과학연구소 · 연세대학교 생활환경대학원* · 연세대학교 식품영양학과**

A Case Study on Establishment of the Authority for Newly-formed Foodservice and the Marketing Strategies for College Union Foodservice

Moon - Kyung Park[†] · Chang - Jun Kim* · Il - Sun Yang**

Research Institute of Food and Nutritional Science, Yonsei University

*School of Human Environmental Sciences, Yonsei University**

*Dept. of Food & Nutrition, Yonsei University***

ABSTRACT

This study was designed to : (a) investigate the present situations of a college union foodservice and suggest authority on establishing new college foodservice, (b) estimate the service quality attributes as perceived by students, (c) identify the effecting factor to customer satisfaction, and (d) formulate the plans and marketing strategies for the increasing usage rate of the foodservice in the future.

The questionnaire that developed by interviewing student were conducted with 305 male and female students, who were registered for daytime classes. A total of 284 were usable and data was analyzed by the SPSS(ver. 11.0) for the descriptive analysis, factor analysis, reliability test, multiple regression analysis, t-test, and χ^2 . The decrease in the usage rate of college foodservice by the respondents were influenced most by the 'taste of meal' and next by the 'distance'. The service quality attributes of foodservice currently under operation were evaluated above the average only for the 'price' while evaluated generally to be in the lower level of the average or under for others. As the overall level of satisfaction with the college union foodservice, most of the respondents showed the 36% for the 'dissatisfaction' and dissatisfied at 54.4%. Two service quality dimensions, 「food · sanitation · service」 and 「price and comfortable environment」 were derived from factor analysis and the reasons for decreasing usage rate of the college foodservice both the nearly located group from college union foodservice(NG) and the far away located group from college union foodservice(FG) indicated the 'poor taste' and the 'far distance', and the 'evaluation of students' dining room showed a low rating for the factor of 「food · sanitation · service」. 「food · sanitation · service」 was analyzed to have more influence to the overall customer satisfaction.

Key Words : Service quality, College & university foodservice, Marketing strategies, Customer satisfaction

접수일 : 2006년 9월 25일, 채택일 : 2007년 1월 19일

[†] Corresponding author : Moon-Kyung Park, Research Institute of Food and Nutritional Science, Yonsei University, 134 Shincheon-dong, Seodaemun-gu, Seoul 120-749, Korea

Tel : 02)2123-4276, Fax : 02)363-3430, E-mail : mkpark0710@yonsei.ac.kr

서론

국내 단체급식 시장규모는 산업체급식이 24,000억원(41%), 초·중·고 학교급식이 20,000억원(34%), 병원급식이 9,500억원(16%)으로 대학급식은 이어 네 번째로 큰 시장인 2,900억원(5%) 규모이며, 전체 급식 위탁운영 시장규모는 7%를 차지하고 있다(1). 2004년 조사결과 전체 대학의 76%가 위탁 운영되고 있어(1), 급식 시장 규모에 비해 가장 높은 위탁율을 보이고 있다.

그러나 대학 급식소가 어떠한 운영형태를 취하든, 대학급식소가 가지고 있는 관리적 문제점을 보완하고 개선해야 하는 연구과제가 여전히 남아있다(2).

대학급식은 정부의 규제나 대학급식의 특수성이 고려된 관련 법안이 전무한 실정이라서 특별한 규제사항 없이 학교의 판단에 의해 직영 혹은 위탁경영이 실시되고 있는 형편이다. 또한 대부분의 대학에서 급식 대상자인 학생이 대학에 관련된 불평·불만 사항 중 우선순위를 다투는 것이 학생식당의 식사 질이고, 학교 당국에서도 학교 운영에서 난제로 여기는 것이 급식소 운영이라는 점을 생각해 볼 때 지속적인 대학 급식서비스 운영 평가는 절실하다(3). 따라서 대학급식소의 효율적 운영을 위해서는 다양해진 피급식자들의 식습관, 기호도나 요구도 등에 관한 연구조사를 통해 얻어진 자료를 기초로 급식 품질 표준을 설정하여 소비자들의 요구를 충족시켜야 한다(3-5).

대학생들의 외식업소 이용이 증대됨에 따라 제품과 서비스에 대한 기호가 변화되고 있으며, 입맛의 다양화, 고급화 추세를 띄게 되어 양질의 음식 뿐 아니라 쾌적한 환경, 위생적인 안전 등 학교 내 급식소에 대한 요구가 보다 다양해지고 있다(6-8). 이와 같이 점차 다양해지고 확대된 고객의 요구는 대학급식소의 운영에도 상당한 영향을 미치게 되었으며(9), 대학급식 관리자들도 품질과 마케팅 전략의 강화 및 소비자 만족에 관심을 갖게 되었다. 대학생들의 다양한 욕구를 충족시켜 주기 위한 방안의 일

환으로 한 학교 내에 다양한 개념을 지닌 급식소가 다수 운영되는 경우가 있는데, 이러한 다양화 정책은 학생들에게 선택의 기회를 제공할 뿐 아니라 전체 급식소의 매출을 극대화할 수 있는 고객확보 수단으로 사용될 수 있다.

또한 외국의 많은 대학급식소는 어떤 종류의 서비스에 대해 미리 요금을 지불한 사람들에게 마그네틱띠를 가진 Debit 카드를 발행하여 상품구입을 카드 리더기를 이용해서 자동으로 수행하고 있다. 이 카드는 학생이나 교직원에게 발행하여 캠퍼스 안 모든 구내식당에서 이용할 수 있도록 함으로써 고객에게 편의를 제공하고 교내급식소의 사용을 장려하기 위해서 활용되며 현금대신 이 카드를 사용하는 사람들에게 할인 혜택을 줌으로써 교내식당 사용을 장려하여 매출을 증대시킬 수 있는 수단으로 활용되고 있다(10). 국내 대학에서도 선진 외국의 이와 같은 방안 등을 도입하여 운영할 것을 제안되었으며, 이후 학생층의 전산화와 함께 실제 급식소 운영에 활용되고 있다(11).

이후 대학급식소가 외부 식당과의 경쟁에서 이기기 위해서는 급식서비스 질을 향상시키고 급식의 객관적 평가를 통해 문제점을 파악하고 개선방안을 마련하여 급식대상자인 학생들의 만족도를 증가시켜 보다 효율적인 운영체계를 이루어 나가야 할 것이다(12). 이처럼 일련의 환경의 변화로 인해 대학급식소도 학생의 건강 및 학업 능력 향상과 복지 증진을 위한 많은 노력이 이루어지고 있으며, 이를 위해 급식 운영의 전문화, 서비스 품질과 마케팅 전략 강화와 같은 다양한 연구들이 이루어져 왔다(13-18).

대학생들의 다양한 욕구를 충족시켜 주기 위한 방안의 일환으로 하나의 대학 내에 메뉴와 서비스 방식, 가격 등의 차이를 보이며 다양한 개념(concept)을 지닌 급식소가 다수 운영되는 경우가 있는데, 이러한 다양화 정책은 학생들에게 선택의 기회를 제공할 뿐 아니라 전체 급식소의 매출을 극대화할 수 있는 고객확보 수단으로도 사용될 수 있다. 실제로

서울 소재 A 대학의 경우에는 cafeteria 서비스 방식 중 한 가지인 emporium 방식으로 운영되는 급식소와 food court 방식으로 운영되는 급식소, 그리고 limited service 방식으로 운영되는 교직원 급식소가 공존하고 있으며 모두 메뉴의 종류와 가격대가 상이하게 이루어져 있어 각 급식소의 주요 고객층이 다르게 분포하고 있는 사례가 있다. 그러나 이와 같은 운영 사례의 성과를 얻기 위해서는 각 급식소들이 세분시장의 요구에 맞게 전략적으로 운영되며 서로 유기적인 관계를 형성해야 한다.

단체급식 중 대학급식은 학교급식이나 사업체 급식과는 다른 특성을 가지며 주고객인 대학생들도 독특한 기호와 이용특성을 나타내고 있다. 따라서 새로운 급식소를 신설하거나 혹은 학생들에게 보다 많은 가치(value)를 제공할 수 있는 전략을 수립하기 위해서는 고객들의 욕구를 보다 잘 파악할 수 있는 방법의 도입이 필요하다(18).

이와 같은 노력에 맞추어 급식소 고객수가 지속적으로 줄고 있는 특정 대학 급식소에서 고객 확대를 위해 연간 실시되고 있는 교내 급식소 모니터링 조사 결과, 기존 급식소의 고객 이용 빈도 감소 주요 원인이 급식소의 위치인 것으로 밝혀짐에 따라 추후 급식소 신설이 필요한지에 대한 해당 대학의 당위성 확립과 객관적 근거를 찾고자 하였다.

이에 본 연구에서는 교내급식소 이용 고객이 감소되고 있는 특정 대학에서 현재 기존 급식소 이외의 급식소 추가 신설에 대한 해당 대학 학생들의 요구가 있는지와 급식소가 신설되었을 때 현재 해당 대학의 급식소 문제점이 무엇인지를 토대로 신설 계획에 대한 근거 수립 및 현재 급식소에 대한 기초 자료로 본 연구가 실시되었다. 이로써 학생들의 전반적인 학교 내 급식소 이용을 높이고 학생 복지 증진에 이바지 하고자 하는데 큰 목적이 있다.

세부적으로 급식소 이용율에 가장 영향을 미치는 급식소 위치를 기준으로 고객군을 분류하여 군간의 차이분석을 통해 급식소 신설에 대한 근거를 찾고

이용율 향상을 위한 마케팅 방법을 모색해 보고자 하였다. 이를 위해 다음과 같은 세부 목표에 따른 분석이 이루어졌다. 급식소 위치에 따른 군간 차이를 첫째, 교내 급식소 이용실태 및 이용관련 행동 특성을 조사하고, 둘째, 서비스 품질 속성을 통한 운영상태 평가 및 전반적인 만족도를 조사하였으며, 셋째 교내 급식소의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 요인을 도출하여 교내 급식소 개선을 위한 마케팅 전략을 모색하고자 하였다.

연구대상 및 방법

1. 조사대상 및 방법

1) 조사 대상

(1) 조사대상 급식소

조사대상 대학은 교내 급식소(학생식당)와 별관식당, 교직원식당 3곳의 급식소가 운영되고 있으며 교내 급식소의 면적은 주방이 70.08평, 식당이 101.2평이며 좌석수가 340석이고 1주당 평균 식수는 1,000식 규모였다. 운영형태는 교직원 상조회 소속의 직영형태로 운영되고 있었다. 교내 급식소의 식단 형태는 3군데 배식구에서 3가지 복수메뉴로 제공되며 배식 유형은 모든 음식을 조리원이 대면 배식하고 김치만 자율배식을 실시하고 있었다. 식권의 형태는 코인형태로 학생들이 그날 먹을 음식에 대한 식권을 식당 앞 식권판매처에서 구입하고 있으며, 식단가는 모든 메뉴가 동일하게 1,800원으로 책정되어 있다. 분식을 판매하고 있는 별관식당은 식단가 1,200원, 1,400원, 1,800원으로 분류되어 있다. 식당 운영시간은 아침 10시 30분에서 저녁 7시 30분까지 운영되고 있다. 현재 급식에 관련된 종사원은 영양사 1명, 조리종사자 6명, 파트타임 종사자 6명, 교내 관리직 2명으로 구성되어 있고, 파트타임 종사원들은 학기 중 식당을 이용하는 학생 수에 비례하여 채용되고 있다.

(2) 조사대상자

■ 1차 사전 심층면접(in-depth interview)

본 연구에서는 경기도 소재 S대학 학생들의 의견을 조사하기 위해 구조화되지 않고 가장 제한됨 없이 수렴할 수 있으며 자유로운 개인적 의견의 교환을 유도하기에 적합한 질적 연구(qualitative research) 방법인 심층면접을 채택하였다.

2002년 11월 25일부터 11월 30일까지 1주일간 S대학 학생들을 대상으로 교내 식당 이용 여부에 따라 각 13-15명씩 전체 30여명의 면담이 이루어졌다. 이용 여부별로는 전공 계열별 15% 정도의 인원으로 구성되도록 하면서 남·녀의 성비가 정월 남녀학생 성비에 비례하도록 체계적 표본(stratified sample) 추출법을 이용하여 대면 면접 대상자를 선정하였다. 개인면담지(Individual Interview sheet)를 만들어 설문 작성 전에 1차 조사를 실시하여 현재 운영중인 해당 급식소의 문제점, 개선 방향, 급식소 이용 이유, 가까운 곳에 급식소 신설시 이용 의사, 외부 외식업체 이용의 장단점 등에 대해 면접을 실시하여 교내 급식소 음식의 품질과 급식소의 위치가 가장 큰 문제점으로 규명되었고 그 외의 결과는 설문조사의 방향 설정 및 설문 문항의 수정·보완에 활용되었다.

■ 2차 설문조사

본 연구에서는 경기도 소재 S대학 학생들을 대상으로 체계적 표본(stratified sample) 추출법을 이용하여 남·녀 성비가 정월에 비례하여 3.5 : 6.5로 구성하고 각 전공별 비율을 맞춰 대상자를 선정하였다. 개발된 자가기록설문지 총 305부가 배부되어 2002년 12월 16일부터 28일까지 2주일 동안 288부가 회수되었고(회수율 94.4%) 부실 기재된 4부를 제외하고 284부가 분석에 이용되었다.

2) 설문지 구성

자료 참고(4,13-18)와 해당 대학의 학생들을 대상으로 한 사전 심층면접(in-depth interview)조사를 통해 수정·보완하여 개발된 자가 기록설문지는 조사

대상자의 식당 이용실태를 조사하기 위한 부분과 교내 급식소의 운영 상태 평가에 관한 부분, 교내 급식소에 대한 만족도, 그리고 조사 대상자들의 일반적인 사항들을 조사하였다.

이용실태에 관한 사항은 ‘교내 급식소 이용 여부’, ‘교내 급식소 및 교외 식당 이용 빈도’, ‘학생식당에서 식사를 하지 않을 경우 점심식사 해결 방법’, ‘학생식당의 이용 횟수가 감소 이유’, ‘메뉴 선택 시 가장 고려하는 사항’에 대한 문항으로 구성되었다.

현재 학생들의 교내 급식소 운영 상태 평가에 대한 부분은 5점 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다, 3점 : 보통이다, 5점 : 매우 그렇다)를 이용하여 ‘음식의 맛’, ‘영양소 고려’, ‘1인 분량의 적절성’, ‘메뉴 선택의 다양성’, ‘식당시설의 위생’, ‘식기 위생’, ‘가격의 적정성’, ‘편안한 분위기’, ‘식탁 및 의자 배치’, ‘배식구/퇴식구의 위치’, ‘냉·난방으로 쾌적한 환경’, ‘종업원의 친절성’, ‘배식의 신속함’, ‘식후 휴식 공간으로써의 활용’, ‘식당위치의 적절성’으로 구성된 15가지의 서비스 품질 속성으로 평가하였다.

마지막으로 전반적인 만족도에 가장 영향을 미치는 서비스 품질 속성을 도출하기 위하여 Likert 5 point scale을 이용하여(1점 : 매우 불만족한다, 3점 : 보통이다, 5점 : 매우 만족한다) 전반적인 식당의 만족에 관한 문항으로 고객 인식을 평가하였다.

3) 통계적 분석방법

본 연구는 SPSS 통계 package(ver.11.0)를 이용하여 처리되었으며, 현재 학생식당의 식수 감소 차이분석을 위해 wilcoxon signed ranks test가 실시되었고, 조사대상자의 일반사항 및 식당 이용과 관련된 고객 특성, 현재 학생식당의 현황에 대한 고객 평가는 기술통계분석(descriptive analysis)을 통하여 평균, 표준편차, 빈도, 백분율을 구하였다. 학생식당 평가 항목의 신뢰도 검증을 위해 내적일관성에 대한 측정으로 cronbach's α 를 유도하여 항목의 신뢰도를 검증하였다. 신뢰도가 검증된 현재 학생식당에 대한 평가 항목은 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)

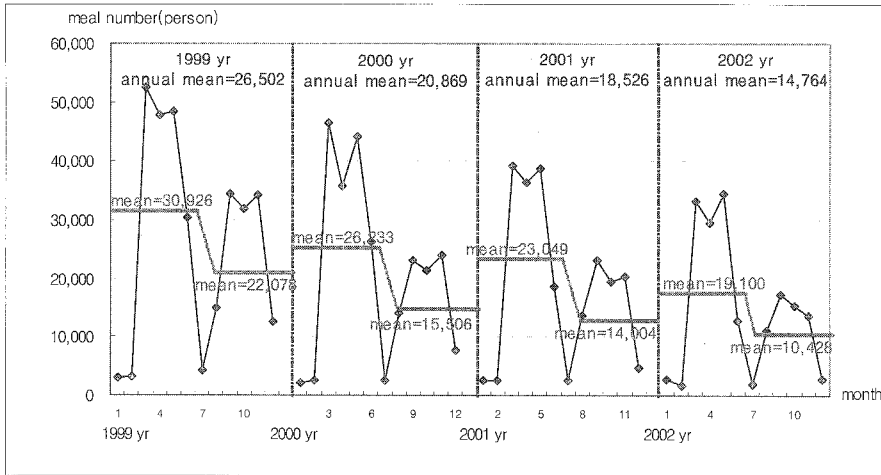


Figure 1. Annual change of meal number

및 scree chart를 이용하여 요인을 추출하고, 자료 해석을 용이하게 하기 위해 varimax 회전을 실시하였다. 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 통해서 도출된 현재 급식소 평가 요인이 전반적인 만족도에 영향이 있는지 여부를 분석하고 요인 중 급식소의 만족도에 영향력이 큰 요인을 규명하였다. 교내 급식소와의 거리별 비교는 t-test 및 독립성 검증(χ^2)을 실시하였다.

연구결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

1) 조사 대상 급식소의 식수 변화

연도별 식수 인원 변동 사항은 1999년도부터 2002년까지 매년 식수인원이 지속적으로 감소하고 있었으며 학기와 상관없이 모두 감소하고 있었다(Fig. 1).

연간 및 학기별 식수인원의 감소 변화를 wilcoxon signed ranks test를 실시한 결과 1999년부터 2002년까지 연간 월평균 식수는 통계적으로 유의하게 매년 감소하고 있는 추세였으며($p < .05$, $p < .01$), 1학기 별 월평균 식수 변화의 경우, 2000년에서 2001년 사이의 식수 감소를 제외하고 모두 유의적인 식수

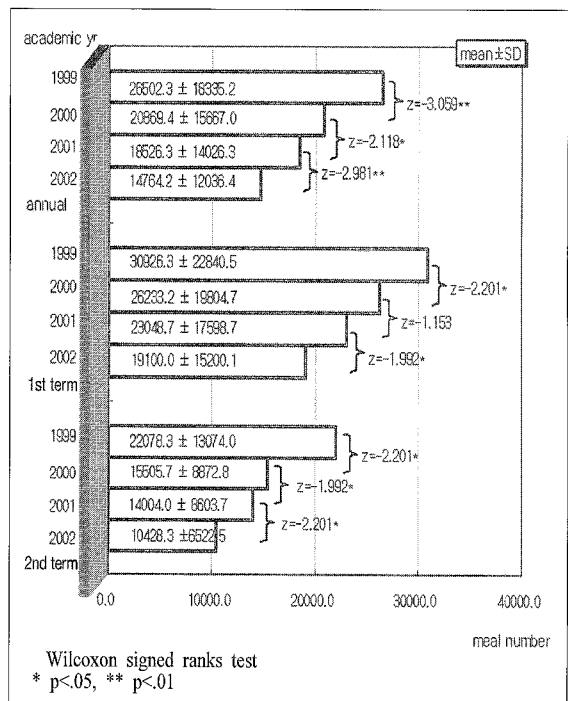


Figure 2. The comparison of meal number

의 감소를 보였다($p < .05$). 2학기의 경우에 매년 식수가 유의적으로 감소하였음이 통계적으로 확인되었다($p < .05$)(Fig. 2). 이에 학생식당에 식수인원이 감소하는 원인을 찾아 문제점을 보완하여 식수인원의 증대방안과 학생들의 식당에 대한 만족도를 높이기 위한 전략 모색이 요구된다.

Table 1. Characteristics of respondent

Categories	Frequency	Percentage (%)
Gender		
Male	87	30.6
Female	197	69.4
total	284	100.0
Age(ment±SD)		
	21.01±2.32(N=281)	
Major		
Dept. of information & media field	45	16.4
Construction & engineering field	33	12.1
Industrial design field	35	12.8
Life & natural science field	50	18.3
Social welfare field	62	22.7
medical science field	48	17.6
total	273	100.0

2) 조사 대상자의 일반사항

전체 조사대상자 284명 중 남성 87명(30.6%), 여성 197명(69.4%)이었고 평균 연령은 21.1세로 나타나, 여학생의 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 계열별로는 사회복지 계열 62명(22.7%), 보건의료계열 62명(22.7%), 생명환경계열 50명(18.3%), 정보미디어계열 45명(16.5%), 산업디자인계열 35명(12.8%), 건설정보계열 33명(12.1%)의 순이었다(Table 1). 비교적 사회복지 계열의 응답자가 많은 것은 계열 정원이 다른 계열보다 많기 때문인 것으로 사료된다.

2. 교내 급식소 이용 실태 및 이용의도

1) 교내 급식소 이용실태

설문지 개발을 위한 사전 면담 조사에서 가장 문제로 지적되고 있는 교내 급식소의 위치에 따른 학생들의 이용 불편이 큰 것으로 지적되어 이를 전체 모집단 대비 샘플의 조사를 통해 사전 조사 결과의 일반화를 하고자 하였다. 또한 해당 결과의 실제 운영방안으로 확대하기 위하여 급식소 위치와 해당 전공 건물과의 거리에 따른 차별화된 마케팅 방안을 찾아보고자 조사대상자를 분류하였다. 이때, 교

내 지도를 통한 급식소와 전공 계열 건물간의 거리 산출과 설문지 개발을 위해 사전에 실시했던 면접에서 멀고 가까운 거리 인식의 기준이 되는 시간을 기준과 거리를 감안하여 분류하였다.

조사대상 대학은 정문에서부터 언덕으로 올라와 평지로 이루어져 있으며 급식소가 정문 옆에 위치한 형태로 먼 계열군은 급식소와 정문에서 거리상으로 가장 멀리 떨어짐과 동시에 언덕을 끝까지 올라온 가장 높은 지대에 자리하고 있어 평지의 거리가 아닌 경사가 동반된 거리임이 감안되었다. 가까운 계열군은 급식소 옆과 그 앞쪽에 위치한 두 곳의 건물에서 강의가 주로 이루어지는 정보미디어 계열과 건설정보계열이었다. 먼 계열군의 경우에는 경사의 가장 위 지대에 위치한 세 개의 건물에 속해있는 계열로 거리와 높이가 급식소에서 가장 먼 계열로 사회복지계열, 보건의료 계열, 생명환경계열, 산업디자인 계열로 해당 세 곳의 건물에서 모든 강의가 이루어지고 있었으며, 해당 계열별 전공과와 학생 수가 더 많은 실태였다. 이와 같은 연구자에 의한 경사도와 강의가 이루어지는 건물의 위치로 분류된 군은 분류 후에 해당 대학의 관련 행정 직원의 검토를 받아 추후 연구를 진행하였다.

교내 급식소와 조사대상자의 전공계열 건물간의 거리를 기준으로 가까운 곳에 위치한 건물의 전공에 해당하는 조사대상자들을 「가까운 계열군」으로, 먼 곳에 위치한 조사대상자들은 「먼 계열군」으로 명명하여 추후 분석을 실시하였다.

또한 「먼 계열」과 「가까운 계열」의 표본수의 분포를 살펴보면 먼 계열의 표본수가 195명으로 전체 이용 대상의 71.4%이고 가까운 계열의 표본수는 28.6%로 분석되었다. 본 연구의 표본 설정 시 체계적 표본 추출법에 의하여 표본을 추출하였음을 고려한다면 먼 계열과 가까운 계열의 표본수의 분포 자체로도 현재 급식소의 위치가 급식소 이용 대상을 고려한 위치가 아닌 것을 시사하는 것으로 사료된다. 뿐만 아니라 위에 기술한 바와 같이 해당 급식소의 위치에서 먼 계열에 속한 과와 학생 수가

Table 2. Using frequency and overall customer satisfaction by distance of the college union foodservice

Categories	Total		Group ¹⁾				Statistic	
	Mean	SD	NG(N=78)		FG(N=195)			
			Mean	SD	Mean	SD		
Overall customer satisfaction ²⁾	2.4	0.9	2.5	1.0	2.3	0.8	t= 1.756	
Using frequency ³⁾	Frequency attending college	4.9	1.2	4.9	1.2	4.9	1.2	t=-0.329
	Frequency to have a lunch at union foodservice	1.3	1.6	2.1	1.7	0.9	1.4	t= 5.757***
	Frequency to have a lunch at outside the college	3.4	1.8	2.7	1.7	3.8	1.7	t=-4.944***
	Frequency to have a lunch in the college	1.5	1.9	2.2	2.0	1.1	1.8	t=-4.206
	Frequency to haven't a lunch in the college	3.6	1.9	2.7	1.8	4.0	1.7	t=-5.400***
Usage rate ⁴⁾	Never use	96(33.7)		115(14.8)		52(26.7)		$\chi^2=40.602***$
	Hardly use	78(27.4)		12(15.4)		65(33.3)		
	Sometimes use	61(21.4)		29(37.2)		63(32.3)		
	Frequently use	50(17.5)		28(35.9)		15(7.7)		
	total	285(100.0)		78(100.0)		195(100.0)		
Future using intention ⁴⁾	yes	177(71.7)		35(51.5)		142(79.3)		$\chi^2=17.486***$
	No	70(28.6)		33(48.5)		37(20.7)		
	total	247(100.0)		68(100.0)		179(100.0)		

*** p<.001

¹⁾ NG : Nearly located group from union foodservice

FG : Far away located group from union foodservice

²⁾ 1 : very dissatisfied, 2 : dissatisfied, 3 : so-so, 4; satisfied, 5 : very satisfied

³⁾ times/week

⁴⁾ frequency(%)

더 많으며 먼 계열이 주로 수업을 듣는 건물의 뒤쪽에 위치한 대학의 후문에 다양한 외식업소가 운영되고 있는 현실을 고려할 때 현재의 위치가 경쟁력이 떨어지고 있음을 알 수 있었다.

교내 급식소에 대한 만족도 : 학생들이 교내 급식소에 대한 만족 정도를 5점 척도(1 : 매우 불만족한다, 3 : 보통이다, 5 : 매우 만족한다)로 평가한 결과(Table 2) 평균 2.4로 낮게 나타나 학생들이 매우 불만족하고 있는 것으로 조사되었다. Lee(3)의 연구에서도 교내 학생식당의 급식서비스에 대한 학생들의 만족도를 5점 척도로 측정한 결과 전반적인 만족도가 2.77점으로 다소 불만족하고 있었으며, 지불한 가격에 대해 인지되는 급식의 질인 가치에 대해

서는 2.68점으로 만족도 수준에 비해 낮게 나타나 교내 식당을 이용하는 고객들은 자신이 지불하는 가격에 비해 질이 낮은 식사를 제공받고 있다는 인식을 하고 있는 것으로 조사된 결과와 유사한 것으로 나타났다. 대학 급식소의 또 다른 고객군인 교직원급식소를 대상으로 한 연구(16)에서도 평균 2.4점으로 전체 응답자의 대부분이 불만족하다고 응답하여 대학 급식소 고객군인 학생과 교직원 모두의 복지 증진과 연관되는 대학급식소의 개선이 시급한 것으로 판단되었다.

또한 거리에 따른 만족도의 차이에서는 「가까운 계열군(2.5)」이 「먼 계열군(2.3)」에 비해 다소 높게 만족하고 있는 것으로 나타났으나 통계적으로 유의적인 차이가 없었다.

학생식당 이용실태 : 본 연구는 교내 급식소의 위치에 따른 급식소 신설의 근거 제시 및 차별화된 마케팅 전략수립을 목적으로 하고 있으므로 거리에 의한 이용률 저하가 연구의 중요 시사점이었다. 이에 조사대상자들의 교내 급식소 이용이 낮은 것이 등교 횟수 및 급식소 이외의 교내 다른 식사 해결 방법에 기인한 것일 수도 있기에 주간 등교횟수와 교내 및 교외에서의 점심 식사 해결 횟수를 구체적으로 조사하고자 하였다(Table 2).

주간 등교 횟수는 평균 4.9일이었으나 이들이 교내 급식소에서 점심식사 하는 횟수는 주당 1.3회, 학교 밖 외식업체에서 점심식사를 하는 횟수는 3.4회/주로 대부분의 조사대상자들이 학교 밖 식당에서 식사하는 것으로 조사되어 교내 급식소 이용이 낮음이 구체적으로 확인되었다. 또한 학교에서 식사를 해결하는 횟수는 1주일에 1.5회로 급식소에서 식사하는 횟수가 평균 1.3회인 것과 비교해 학생들이 교내에서 식사를 해결할 경우 대부분이 급식소에서 식사하는 것으로 분석되었다($p < .001$). 즉 학생들은 학교 내에서 식사를 할 경우에 대부분 교내 급식소에서 식사를 해결하고 학교에서 식사를 해결하지 않을 경우에는 학교 밖 식당에서 식사를 해결하고 있음을 알 수 있었다.

군별 등교하는 횟수는 평균 4.9회로 동일하였으나, 교내 급식소에서 점심식사를 하는 횟수는 가까운 계열군은 평균 2.1회, 먼 계열군은 평균 0.9회로 식당과 먼 거리에 있는 군의 교내 급식소 이용율이 현저히 떨어지는 것으로 조사되었다($p < .001$). 교외 외식업체에서 점심식사를 하는 횟수는 가까운 계열의 경우 평균 2.7회, 먼 계열의 경우 평균 3.8회로 교내 급식소와 거리가 먼 곳에서 주로 수업을 듣는 학생들이 교외 외식업체의 이용이 높은 것으로 분석되었다. 따라서 이상의 결과로 먼 계열의 학생들은 학교에서 식사를 해결할 때 교내 급식소를 이용하고 있지 않는 것으로 확인되었다. 등교한 날 학교에서 식사하는 횟수는 교내 급식소의 거리와는 무관한 것으로 나타났지만, 그 중에서 급식소 이용

횟수가 높은 것은 급식소와의 거리가 유관한 것으로 분석되었다. 이는 강원 소재 대학에서 조사된 교내식당을 이용하는 이유에 대해서 52.7%의 응답자들이 1순위로 ‘거리가 가까워서’를 응답한 결과와 동일한 결과이며(3), Han 등(19)의 연구에서는 대학 급식소의 이용 이유가 가격이 저렴해서(60.2%)에 이어 시간 절약을 32.3%로 응답하여 접근성에 의한 시간 절약이 두 번째로 많은 응답을 보였으며, 대전지역 대학생들의 대학급식소의 이용 이유에 대한 조사(12) 역시 저렴한 가격 다음으로 시간절약과 가까운 위치를 나타낸 것과 비슷한 양상인 것으로 나타났다.

응답이 ‘보통이다’로 편중되는 설문지의 중심화 경향을 제하고자 짝수의 등간척도(1 : 전혀 이용하지 않는다, 2 : 이용하지 않는 편이다, 3 : 가끔 이용하는 편이다, 4 : 자주 이용하고 있다)를 활용하여 교내 급식소의 이용에 대해 조사대상자들의 인식을 조사한 결과, ‘전혀 이용하지 않는다’가 33.7%로 가장 많은 비율을 차지하였고 그 다음으로 ‘이용하지 않는 편이다’가 27.4%, ‘가끔 이용하는 편이다’가 21.4%, ‘자주 이용하고 있다’가 17.5%로 조사되어 전체 62.1%의 학생들이 교내 급식소 이용이 적은 것으로 조사되었다. 교내 급식소 이용은 가까운 계열의 경우 ‘자주 이용하고 있다(35.9%)’가 ‘가끔 이용하고 있는 편이다(37.2%)’의 비율이 높게 조사된 반면, 먼 계열군은 ‘이용하지 않는 편이다(33.3%)’가 높은 비율을 나타내어 급식소에서 가까운 군의 교내 급식소 이용이 높은 것으로 두 군간 상이한 결과를 나타내었다($p < .001$)(Table 2).

2) 급식소 신설에 대한 이용 의도

해당 대학의 정문에서 거리가 가장 떨어진 건물 이면서 경사가 가장 높은 곳에 위치한 건물에서 수업을 듣는 먼 계열군의 학생들이 대부분 수업을 듣고 있는 강의동(서관) 내에 급식소 신설 시 이용 의사에 대해 현재의 급식소와 「먼 계열군」의 79.3%의 학생들은 이용할 것이라고 응답하였고, 현재의

Table 3. Respondent's actual condition for meal solution

				Freq(%)	
Categories	Total	NG	FG	χ^2	
Type of lunch except college union foodservice	restaurant located to a front gate	70(27.0)	51(68.0)	19(10.3)	106.093***
	restaurant located to a back gate	139(53.7)	8(10.7)	131(71.2)	
	fastfood	6(2.3)	3(4.0)	3(1.6)	
	lunch basket	1(0.4)	0	1(0.5)	
	delivering lunch	11(4.2)	2(2.7)	9(4.9)	
	etc	32(12.4)	11(14.6)	21(11.4)	
	total	259(100.0)	75(100.0)	184(100.0)	
Decreasing reason on usage rate of college union foodservice	bad taste	113(49.3)	42(60.0)	71(44.7)	31.129***
	far away	54(23.6)	1(1.4)	53(33.3)	
	operation time	16(7.0)	5(7.1)	11(6.9)	
	accompanist's preference	16(7.0)	9(12.2)	7(4.4)	
	unkindness	12(5.2)	6(8.6)	6(3.8)	
	expensive & uncomfortable facility	2(0.9)	1(1.4)	1(0.6)	
	etc	16(7.0)	6(8.6)	10(6.3)	
total	229(100.0)	70(100.0)	159(100.0)		
Attributes effected to choose a menu	taste	138(57.3)	49(66.2)	89(53.3)	4.825
	price	22(9.1)	6(8.1)	16(9.6)	
	quantity	16(6.6)	4(5.4)	12(7.2)	
	preferred menu	58(24.1)	13(17.6)	45(26.9)	
	accompanist's recommendation	2(0.8)	0(0.0)	2(1.2)	
	speedy distribution	5(2.1)	2(2.7)	3(1.8)	
	total	241(100.0)	74(100.0)	167(100.0)	

*** p<.001

NG : Nearly located group from union foodservice

FG : Far away located group from union foodservice

급식소와 「가까운 계열군」은 전체 51.5%가 이용 의사가 있는 것으로 조사되었다(p<.001)(Table 2).

3. 조사대상자의 식사 해결 방법 및 메뉴 선정

교내 급식소 이외의 식사방법으로는 '후문 앞 외부 일반외식업체'가 139명(53.7%)으로 가장 많았고, '정문 앞 외부 일반외식업체'가 70명(27.0%), '기타'가 32명(12.4%), '패스트푸드' 6명(2.3%), '배달' 11명(4.2%), '도시락 1명(0.4%)'으로 나타났다(Table 3). 후문 앞 외식업체 이용자가 가장 많았는데 이는 대부분의 강의가 이루어지는 건물에 후문과 바로 연

결되어 지리적으로 가깝기 때문인 것으로 사료된다. 「가까운 계열군」의 경우 교내 급식소에서 식사를 해결하지 않을 경우 '정문 앞 외부 외식업체'가 51명(68.0%)로 이용률이 높았고, 먼 계열의 경우는 '후문 앞 외식업체'가 131명(71.2%)로 가장 높은 이용률을 나타내었다. 위의 결과에서 알 수 있듯이 교내 급식소와 가까운 계열군은 해당 전공 계열군의 건물이 정문과 가깝고 정문 쪽에 위치한 교내급식소를 이용하지 않을 경우에는 정문 앞의 외식업체를 이용해서 점심 식사를 해결했으며 먼 계열군의 경우는 이와는 반대로 후문과 가까이 위치하고 있으며 후문 앞 외식업체 이용률이 높은 것으로 조사되

어 거리에 의한 이용율의 차이를 다시 한번 확인할 수 있었다.

교내 급식소 이용빈도 감소 원인으로는 ‘음식이 맛이 없기 때문’이라고 응답한 학생이 전체 49.3%로 가장 많았고 ‘거리가 멀기 때문(23.6%)’, ‘강의 시간과 식당 이용시간이 맞지 않아서(7.0%)’, ‘식사 동반자의 기호에 따라(7.0%)’ 등의 이유로 조사되었다. 이는 대학급식소를 이용하지 않는 이유에 대한 Han 등(19)과 Han(20)의 연구에서 각각 51.4%와 28%가 ‘맛이 없어서’가 첫 번째 원인으로 조사된 연구와 동일한 결과였다. ‘가격이 비싸다’와 ‘시설이 불편하다’의 항목은 해당 항목의 응답수가 적어 두 내용을 합하여 분석을 실시한 결과 「가까운 계열군」은 ‘음식의 맛이 없기 때문’이라고 응답한 사람이 전체 60%로 가장 많았고 다음으로는 ‘식사동반자의 기호에 따라(12.9%)’의 이유로 교내 급식소의 이용이 줄었다고 응답한 반면, 「먼 계열군」의 경우에는 ‘음식의 맛이 없기 때문(44.7%)’ 다음으로 전체 33.3%의 응답자가 ‘거리가 멀기 때문’으로 응답하여 두 군간 유의적 차이를 보였다($p < .001$). 즉 교내 급식소와 주요 수업을 듣는 강의동과의 거리가 먼 학생일수록 교내 급식소의 이용 빈도가 감소한 것으로 사료된다. 즉 교내 급식소와 가까운 계열에서는 지적되지 않았던 ‘거리’ 항목이 학생식당과 먼 계열일수록 식당이용 빈도 감소에 ‘음식 맛’ 뿐 아니라 ‘거리’도 중요한 요인으로 작용하고 있음을 확인할 수 있었다.

본 연구에서 메뉴 선택을 할 때 가장 고려하는 사항은 ‘음식의 맛’이라고 응답한 학생이 전체 57.3%로 가장 많았으며 그 다음으로 ‘선호 메뉴’를 선택한다는 응답이 24.1%, ‘음식의 가격’을 고려한다는 응답이 9.1%, ‘음식의 양’ 6.6%, ‘신속한 배식시간’ 2.18%, ‘동반자의 권유’ 0.8%로 조사되었고 두 군 간의 유의적 차이는 없었다. 서울지역 5개교 대학생을 대상으로 Han 연구(19)에서도 메뉴 선택 시 가장 고려하는 사항으로 음식의 맛(74.1%)을 꼽은 것과 동일한 결과로 나타났다.

위의 본 연구의 결과와 유사 연구들의 결과들을 종합해볼 때 본 연구의 결과에서처럼 학생들이 식당을 선택 여부에 음식의 맛과 거리에 의해 영향을 받아 이용 빈도가 감소하고 있는 것으로 나타났다. 이로써 조사대상 학생들은 음식의 맛과 수업을 듣는 강의동에서 가까운 곳에서 식사를 해결하고자 하며 식사 해결 장소를 결정한 후 메뉴 선택을 해야 할 때에 고려하는 사항으로는 맛, 선호 메뉴, 가격과 같은 기준에 의해 선택하고 있다는 사실을 시사하고 있다. 따라서 교내 급식소 방문 고객수를 늘림으로써 식수를 늘리기 위해서는 강의가 많이 이루어지는 건물과의 접근성이 좋은 입지에 신규 급식소의 신설이 요구된다.

4. 급식소 서비스 품질 평가

1) 급식소 서비스 품질 속성 평가

패스트푸드 산업에서는 서비스 품질은 소비자의 구매력의 증가와 연관 있는 것으로 보고되고 있으며(21) 대학급식소가 위탁화되어 서비스 품질에 대한 중요성을 인식하고 있는 실정이다(19).

교내 급식소의 운영 실태에 대해 5점 척도(1 : 전혀 그렇지 않다, 3 : 보통이다, 5 : 매우 그렇다)를 이용하여 서비스 품질 속성별 인지하는 정도를 Table 4에 제시하였다. ‘가격이 적당함’이 평균 3.3점으로 가장 높았고 그 다음으로 ‘배식이 신속함’ 3.1, ‘식탁 및 의자 배치’ 3.0, ‘배식구/퇴식구의 위치’ 2.9, ‘냉방 및 난방으로 쾌적한 환경임’ 2.9, ‘편안한 분위기’ 2.8, ‘1인 분량이 적당함 2.8’, ‘영양가가 잘 고려 됨’ 2.6, ‘식당시설이 위생적임’ 2.6, ‘식기가 위생적임’ 2.6, ‘식당 위치의 적절성’ 2.6, ‘종업원의 친절성’ 2.6, ‘식사 후 후식 공간으로의 활용’ 2.4, ‘맛이 좋음’ 2.2, ‘메뉴 선택이 다양함’ 2.2로 나타났다. 따라서 가격에 대해서만 보통 이상으로 평가를 하고 있어서 현재 교내 급식소는 전반적으로 보통 이하의 낮은 수준으로 인식되고 있으며 특히 ‘맛이 좋음’, ‘메뉴 선택이 다양함’ 속성이 가장 낮

Table 4. Perception and Reliability test of college union foodservice's service quality attributes

Attributes	Total perception		Reliability test		NG perception		FG perception		T-value	
	Mean ¹⁾	SD	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted	Alpha	Mean ¹⁾	SD	Mean ¹⁾		SD
Good taste	2.2	0.97	.5554	.8883		2.3	1.03	2.2	0.95	0.375
Nutrition-balanced meal	2.6	0.91	.5778	.8875		2.6	1.00	2.6	0.87	-0.414
Proper portion size	2.8	1.04	.5260	.8897		2.9	0.94	2.8	1.07	0.777
Menu variety	2.2	1.01	.5386	.8890		2.1	0.88	2.24	1.07	-1.093
Sanitary facility	2.6	0.95	.6818	.8834		2.6	1.02	2.6	0.87	0.556
Sanitary utensils	2.6	0.95	.6400	.8850		2.7	1.05	2.6	0.89	0.223
Reasonable price	3.3	1.05	.5395	.8892		3.3	1.03	3.2	1.08	0.557
Comfortable atmosphere	2.8	0.91	.6948	.8831	0.8946	2.9	0.94	2.8	0.90	0.238
Arrangement of table & chair	3.0	0.85	.6036	.8867		3.0	0.86	3.0	0.85	-0.065
Distribution and return place of meal	2.9	0.88	.6092	.8864		3.0	0.94	2.9	0.86	0.481
Pleasant environment with air conditioning and heating	2.9	0.90	.6746	.8839		3.0	0.95	2.9	0.87	0.650
Employee's kindness	2.6	0.98	.6078	.8862		2.6	0.99	2.6	0.97	0.389
Speedy distribution	3.1	0.93	.4451	.8926		3.1	0.94	3.1	0.90	0.033
Practical application of rest place	2.4	1.04	.4472	.8917		2.5	1.02	2.4	1.06	0.619
Proper location of foodservice	2.6	1.06	.4054	.8950		3.0	0.92	2.4	1.06	5.017***

¹⁾ 5point scale(1 : strongly disagree, 5 : strongly agree)

*** p<.001

은 평가를 보여 음식의 맛 향상과 다양한 메뉴 개발을 통한 학생들의 기호에 부응할 수 있는 방안의 장구가 요구된다.

외식의 경우에는 저렴한 가격보다는 원하는 수준의 음식을 선호하고 이러한 성향이 구매 행동으로 연결되나 단체급식의 경우 특별한 경우에 이용하는 외식업소와는 달리 거의 매일 이용하게 되기 때문에 지속적으로 비용을 소비해야 하는 곳으로 인식되고 있어 가격 요인의 비중이 커지게 된다고 지적된 바 있다(18). Han 등(19)의 연구에서도 가격, 음식의 양, 음식의 간, 음식의 온도, 맛 순으로 평가되고 있었으며, Lee 등(22)의 연구에서도 충북소재 대학 구내식당에서는 메뉴 가격에 대한 만족도가 가장 높고 다음으로 음식의 양이 높게 평가 되었다.

또한 먼 계열군과 가까운 계열군 간의 차이에서

‘식당위치의 적정성’에 대한 항목만이 먼 계열군이 가까운 계열군에 비해 유의적으로 낮게 인식하고 있는 것으로 조사되었다($p<.001$). 이는 학교급식소의 위치에 대한 학생들의 인식에서 거리에 의한 인식의 차이가 가장 크다는 사실을 다시 한 번 시사하는 결과로 사료된다.

교내 급식소 운영 평가 속성의 신뢰도 검증 : 급식소 운영 상태 평가 속성의 신뢰도 검증은 Cronbach's α 를 이용하여 내적 일치도를 검증한 결과 (Table 4), 모든 문항들이 일반적으로 신뢰할 만한 수준으로 여겨지는 0.6을 상회하여, 각각의 문항들이 신뢰할 수 있는 결과를 내고 있는 것으로 판단되었으나(23), ‘식당 위치의 적절성’ 속성 제거 시 전체 Cronbach's α 값을 상승시킬 수 있으므로 이후의 통

계적 분석에서 제외되었다. 15개 항목 전체에 대한 신뢰도는 0.894이고 각 문항에 대한 신뢰도는 최소 0.8831부터 최대 0.8950으로 나타났다.

2) 급식소 서비스 품질 요인 분석

교내 급식소 운영 상태에 대한 평가 중에서 신뢰도 검증을 통해 ‘식당 위치의 적절성’ 항목을 제외한 14가지 문항을 탐색적 요인 분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다(Table 5). Varimax 회전 후 항목별 communality 값과 Scree chart를 통해 ‘음식·위생·서비스’와 ‘가격 및 편안한 환경’의 2개 요인으로 분류되었다. ‘맛이 좋음’, ‘영양가가 잘 고려됨’, ‘메뉴 선택이 다양함’, ‘식당시설이 위생적임’, ‘식기가 위생적임’, ‘종업원이 친절함’, ‘1인당 분량이 적당함’, ‘식사 후 휴식 공간으로의 활용’의 문항들은 「음식·위생·서비스」 요인으로 명명되었으며, ‘식탁 및 의자배치’, ‘편안한 분위기’, ‘배식구/퇴식구의 위치’, ‘가격이 적당함’, ‘냉·난방으로 쾌적한 환경임’, ‘배식이 신속함’의 문항들은 「가격 및 편안한 환경 요인」으로 명명하였다. 총 분산 중 「음식·위생·서비스」로 설명되어 지는 비율은 27.4%, 「가격 및 편안한 환경」으로 설명되어지는 비율은 27.1%로 2개의 요인이 교내 급식소 서비스 품질 평가에서 54.4%의 설명력을 갖는 것으로 분석되었다. 대학 교직원을 대상으로 유사한 12개의 서비스 품질 속성에 대한 요인분석에서는 ‘음식과 서비스의 질’, ‘편리성’, ‘시설 및 분위기’로 분류되어 응답하는 고객에 따라 다른 서비스 품질부류로 인식되고 있음이 나타났다(16).

5. 거리별 교내 급식소에 대한 서비스 품질 요인 평가

가까운 계열군과 먼 계열군별 교내 급식소 서비스 품질 요인에 대한 평가 결과, 「음식·위생·서비스」 및 「가격 및 편안한 환경」 요인 모두 3점 미만의 낮은 평가결과를 보였으며, 군별 유의적 차이는 없었다(Table 6). 「가격 및 편안한 환경」 요인

Table 5. Factor analysis of service quality for college union foodservice

Categories	Factor ¹⁾		h
	fac 1	fac 2	
Good taste	.791		.636
Nutrition-balanced meal	.754		.597
Menu variety	.746		.565
Sanitary facility	.735		.644
Sanitary utensils	.686		.584
Employee's kindness	.555		.455
Proper portion size	.475		.360
Practical application of rest place	.417		.272
Arrangement of table & chair		.806	.676
Comfortable atmosphere		.772	.696
Distribution and return place of meal		.776	.624
Reasonable price		.706	.536
Pleasant environment with air conditioning and heating		.670	.594
Speedy distribution		.605	.383
Variance percentage(%)	27.374	27.059	
Eigen value	6.056	1.564	
cumulative variance(%)	54.433		

¹⁾ Factor 1 : food-sanitation-service
Factor 2 : price and comfortable environment

Table 6. Evaluating service quality factors by distance group

factors ¹⁾	NG(N=78)		FG(N=188)		T-Value
	Mean	SD	Mean	SD	
Food/sanitation/service	2.6	0.7	2.5	0.7	0.39
Price and comfortable environment	3.0	0.7	3.0	0.7	0.436

¹⁾ 5point scale(1 : strongly disagree, 5 : strongly agree)
NG : Nearly located group from union foodservice
FG : Far away located group from union foodservice

은 두 군에서 모두 3점이었으며, 「음식·위생·서비스」 요인은 가까운 계열군(2.6점)과 먼 계열군(2.5점)에서 모두 「가격 및 편안한 환경」 요인보다 더 낮은 점수로 평가되었다. 따라서 현재의 교내 급식

Table 7. Regression analysis of service quality factor for college union foodservice

dependent variable	independent variable	β	standardized β	t	R ²	Adjusted R ²	F-value
	constant	2.356		58.540			
Overall customer satisfaction	Food-sanitation · service	0.533	0.613	13.232***	0.433	0.428	100.651***
	Price & comfortable environment	0.206	0.237	5.120***			

*** p<.001

소 서비스 품질 상태는 거리와 무관하게 낮은 수준으로 인식되고 있었으며, 급식소의 신설 이외에도 기존 급식소의 서비스 품질 향상이 시급한 것으로 분석되었다.

교내 급식소 서비스 품질요인이 전체 만족도에 미치는 영향 : 전반적인 고객 만족도에 가장 큰 영향을 주는 교내 급식소 서비스 품질 요인을 규명하고자 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시한 결과(Table 7), 전반적인 만족도에 대해 두 개의 서비스 품질 요인의 설명력은 42.8%였다. 「음식·위생·서비스」 요인과 「가격 및 편안한 환경」 요인 모두 전반적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 특히 「음식·위생·서비스」 요인이 더 큰 영향력이 있는 것으로 분석되었다(p<.001). Yang 등(13)은 대학 급식소에서 음식의 맛 개선이 급식소의 전반적인 만족도에 영향을 미치는 가장 중요한 요인이라고 보고하였다. 또한 Park(16)의 대학 교직원 식당을 대상으로 한 연구에서도 「음식과 서비스의 질」, 「편리성」, 「시설 및 분위기」로 묶인 세 개의 서비스 품질 요인이 전반적인 만족도에 모두 영향을 미치는 것으로 조사되었고 「음식과 서비스의 질」이 상대적으로 가장 많은 영향을 미치는 것으로 분석된 것과 유사하였다. 대학 급식소에서 개선해야 할 사항은 음식의 맛과 연관되는 부분임을 시사해 준다.

본 연구의 조사대상 급식소는 「음식·위생·서비스」 요인의 전반적인 만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 조사되어 이와 같은 부분의 개선이 선행되어야 할 것으로 사료된다. 따라서 「음식·위생

·서비스」 요인의 해당 품질 속성인 「음식·위생·서비스」인 것으로 「음식의 맛, 영양가」, 「메뉴 선택의 다양함」, 「식당시설이 위생적임」, 「식기가 위생적임」, 「종업원의 친절함」, 「1인 분량의 적당함」, 「식후 휴식 공간으로 활용」의 개선이 시급히 이루어져야 할 것으로 규명되었다. 이에 해당 속성을 급식소 운영 시 잘 숙지한다면 신규 급식소의 신설에 의한 해당 대학의 전체 급식 인원 확대 이외에도 기존 급식소의 식수인원 확대가 가능할 것으로 사료된다.

결론 및 제언

본 연구는 교내 급식소 이용고객 확대를 위해 교내 급식소 신설을 위한 객관적 근거를 제시하고 운영 마케팅 전략을 수립하고자 하였다.

1. 전체 62.1%의 조사 대상자들이 교내 급식소 이용이 낮은 것으로 조사되었으며, 급식소와 전공계열 건물과의 거리가 가까운 군이 먼 계열 군에 비해 급식소 이용이 높은 것으로 조사되었으며, 전반적인 급식소 만족도가 「먼 계열군」과 「가까운 계열군」에서 모두 낮게 평가되었고 현재의 급식소와 「먼 계열군」이 주로 강의를 듣는 건물에 신규 급식소 신설 시 이용의도에 대해서는 두 군 모두 높은 이용의사를 밝혔으며 「먼 계열군」이 더 높은 이용의사가 있는 것으로 조사되었다(p<.001).
2. 교내 급식소 이외의 식사 방법으로는 교내 급식소와 멀고 후문과 가까운 「먼 계열군」은 후문

앞 외식업체 이용이 71.2%로 가장 많은 반면, 정문 근처에 위치한 교내 급식소와 근접한 「가까운 계열군」은 정문 앞 외식업체 이용이 68%로 조사되었다. 이용 빈도의 감소 원인으로는 음식의 맛과 거리가 먼 것이 지적되었다. 메뉴 선택 시 가장 고려하는 사항은 거리에 의해 분류된 구간 유의적 차이 없이 모두 「음식의 맛(53.5%)」을 가장 고려하는 것으로 조사되었고, 메뉴 선택에 급식소로 이동하기 위한 거리는 무관한 것으로 분석되었다. 이에 해당 대학의 교내 급식소 음식의 맛 개선 및 교내 전공 건물의 입지 조건상 강의가 많이 이루어지는 건물 근처에 신규 급식소의 신설이 요구되어지는 바이다.

3. 서비스 속성별 교내 급식소의 운영 상태에 대한 고객 평가는 「가격이 적당함」이 평균 3.3점으로 가장 높은 평가를 받았으며 다른 속성들에 대해서는 보통 이하의 인식을 나타내었다. 특히 「맛이 좋음」, 「메뉴 선택이 다양함」 항목에 대한 답변이 가장 낮은 평가를 나타내어 음식의 맛 향상과 다양한 메뉴 개발을 통한 학생들의 메뉴 기호에 부응할 수 있는 방안의 강구가 요구된다.
4. 학생식당 운영 상태에 대한 탐색적 요인 분석을 실시하여 「음식·위생·서비스」와 「가격 및 편안한 환경」 요인으로 분류되었으며 구간 유의적 차이 없이 교내 급식소의 서비스 품질 요인 평가는 낮은 수준으로 인식되고 있었다.
5. 분류된 서비스 품질 요인은 모두 전반적인 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며 특히 「음식·위생·서비스」요인이 전반적인 만족도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 「음식의 맛」, 「영양가」, 「메뉴 선택의 다양함」, 「위생적 시설」, 「식사도구의 위생」, 「종업원의 친절함」, 「1인 분량의 적당함」, 「식후 휴식공간으로의 활용」 속성의 개선이 시급히 요구되었다.

본 연구 결과를 통해 해당 대학 급식소의 이용은 학생들의 강의가 이루어지는 건물과의 근접한 거리

에 의한 영향이 큰 것으로 분석되었으며 추후 대학 급식소 위치 선정 시 이와 같은 사항의 고려가 요구된다. 또한 학생들의 식당 선택이 이루어지고 난 이후의 행동인 메뉴 선정이나 서비스 품질 속성에 대한 인식은 거리와는 무관하게 평가되고 있으므로 대학 내 급식소를 다수 운영하는 대학의 경우에는 거리가 가까워 편리하다는 이점만으로 고객을 유치하는데 안주할 것이 아니라 서비스 품질 수준을 지속적으로 향상시키기 위해서 꾸준히 노력해야 할 것이다.

특히 조사 대상 대학은 급식소를 이용의 불편함과 상관없이 서비스 품질 속성에 대한 전반적인 인식이 낮아 신규 급식소의 신설 이외에도 기존 급식소의 품질 향상이 시급히 요구되었다. 특히 급식소를 신설했을 시에 전체 교내 식수 인원을 증가시키고 학생들의 식사와 관련된 복지가 증진된다는 장점은 있으나 이는 교내 급식소가 가까워서 이용하는 편리성 측면에 의한 장점인 것이다. 그러므로 지속적인 식수의 확보와 학생들의 급식소 만족을 이끌어 내기 위해서는 기존 급식소의 품질 향상과 급식소 신설시 기존의 급식소보다 높은 급식 품질로 운영되는 급식소가 신설되어야 할 것이다. 이에 기존 급식소의 가장 시급히 개선되어야 할 사항으로 규명된 「음식의 맛」, 「영양가」, 「메뉴 선택의 다양함」, 「위생적 시설」, 「식사도구의 위생」, 「종업원의 친절함」, 「1인 분량의 적당함」, 「식후 휴식공간으로의 활용」의 개선이 급식소 신설과 함께 이루어져야 할 것이다.

추후 신규 급식소를 신설 시 메뉴의 종류 및 가격대 운영 방식과 정확한 위치 선정 등 급식소 컨셉을 확립하기 위한 세부적인 연구가 요구되는 바이다.

본 연구는 전체 학생 수의 감소에 대한 정확한 자료를 취득할 수 없으므로 인해 식수 감소의 원인 규명에 전체 학생 수의 감소가 어느 정도 영향을 미쳤는지에 대한 부분이 배재되어 연구가 진행된 부분이 연구의 제한사항으로 사료되며, 추후 대학의 식수 감소 연구에 해당 대학의 학생 수 감소가 함께 고려되어 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고 문헌

1. Food World. Future of contract foodservice industry. Korea Food Information Institute, *Food World* 2(5): 28-38, 2004
2. Cho SH, Hong SY. Factors affecting productivity for university food service operations. *Korean J Soc Food Sci* 14(4):407-415, 1998
3. Lee HY. Identifying relative importance of foodservice attributes to design a new university foodservice operation. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 34(7):1028-1034, 2005
4. Jang YJ. Analysis on consumer attitude for effective managerial strategy of university foodservice. Yonsei university MD thesis, 1995
5. Kim HJ. Preference for foodservice operation women's university in northern area of Seoul. Sungshin university MD thesis, 2000
6. Oh EJ. A study on dietary behaviors and health of a part university students. Hanyang university MD thesis, 1987
7. Yang IS, Baek SH, Shin SY. Price elasticity analysis of university students in foodservice operation for pricing policy. *Korean J Community Nutrition* 4(4):589-593, 1999
8. Sutherlin DH, Badinelli KA. The future of College & University Foodservice : An environmental perspective. *Journal of College & University Foodservice* 1(1):53-61, 1993
9. Dohrman K. Critical issues of the 1990's. *Journal of college & university foodservice* 1(1):71-74, 1993
10. McCool AC, Smith FA, Tucker DL. Dimensions of Noncommercial Food Service Management. pp.216-225, Van Norstrand Reinhold, 1994
11. Yang IS. Marketing strategies for university foodservice longtermly managed by contract management company. Yonsei university union report. 2003
12. Park SW, Chang YS. A survey on the utilization university foodservice by student in Daejeon city. *Korean J Soc Food Sci* 14(4):400-407, 1998
13. Yang IS, Lee YE, Kim DH. Measuring attitude and satisfaction of yonsei university students towards contracted vs. rented university foodservice. *Korean Journal of Dietary Culture* 13(5):423-430, 1998
14. Jang HJ, Kwak TK. Customers and Administrators' Attitudes Concerning Operation Format in University Foodservices. *Journal of the Korean Dietetic Association* 2(1):92-104, 1996
15. Yang IS, Weon CH, Kang HS. University residence hall foodservice in Korea : investigation on the operation and management systems. *Journal of Korean Society Food Culture* 15(2):79-94, 2000
16. Park MK. Using customer survey data to develop marketing strategies in faculty foodservice. Yonsei university MD thesis, 2000
17. Park MK, Yang IS, Kim DH, Shin SY, Lee HY. Measuring service quality perception of university faculty members & staffs towards faculty foodservice based on lifestyle segmentation. *Korean J Community Nutrition* 8(4):556-565, 2003
18. Yang IS, Shin SY, Lee HY, Lee SJ, Chae IS. Constructing Strategic management plan for university foodservice using conjoint analysis and multidimensional scaling. *Korean J Dietary Culture* 15(1):51-58, 2000
19. Han MJ, Yoon JY, Kim NY, Yoo YH. Satisfaction of meal and service quality in university foodservice institutions. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 20(6):545-553, 2004
20. Han MJ. A survey of college students opinion on school cafeteria in Seoul area. *Korean J Dietary Culture* 7(2):113-118, 1992
21. Oyewole P. Multi-attribute dimensions of service quality in the fast food restaurant industry. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing* 2(3/4):65-91, 1999
22. Lee KY, Peck DG, Jeong JG. A case study on the consulting of campus-restaurants. *Accounting Research* 9(2):291-316, 2004
23. 채서일. 사회과학조사방법론. 학현사, 1993