

## 대학교 급식의 외부음식점 도입에 대한 필요성 평가

한 경 수<sup>1)</sup> · 이 윤 정<sup>¶</sup>

경기대학교 외식조리전공<sup>1)</sup>, 경기대학교 대학원 외식조리전공<sup>¶</sup>

## Necessity Evaluation about the Outside Dining Room Accommodation to the University Meal Service

Kyung-Su Han<sup>1)</sup>, Yun-Jung Lee<sup>¶</sup>

Dept. of Foodservice, Kyunggi University<sup>1)</sup>

Dept. of Foodservice, Graduate School of Kyunggi University<sup>¶</sup>

### Abstract

The purpose of the study of the book is aimed for basic document security to show necessity for the outside restaurant accommodation to the university meal service and I grasp the university meal service use action of the university student and a desire with this purpose and show it and am going to fine an article and the basics document which are necessary for the market for rationalization of the management of the university meal service. As for the reason why students like fast food to be able to choose outside dining room introduction at the part of an innovative image strategy of the university meal service. Food is serve of early and low price. The big problems of the university meal service is bad taste, high price, low service. Price satisfaction is low in the quality of the university meal service in comparison with the outside dining room. The university students who liked Korea food and Hamburger at time of the outside dining room introduction evaluated the quality of the university meal service. Therefore the outside dining room accommodation is necessary for the university meal service development also the image improvement of the university meal service and improvement of the quality and suitable price rage.

Key words : university meal service, university student, outside dining room, improvement of the quality.

### I. 서 론

오늘날 우리 사회는 정보기술의 급속한 발전으로 인한 정보화, 세계화와 함께 지방화 시대로 새로운 변혁의 시기를 맞이하고 있다. 이러한 무한 경쟁 시대에 단체 급식은 급속한 성장을 지속적으로 해오고 있다. 이러한 급속한 규모로의 확대는 단체 급식에 있어서도 마케팅의 개념을 도입

해야만 하는 시점에 다다랐기 때문이다(양일선 1991).

특히 국민들은 보다 저렴한 비용으로 보다 질 높은 공공 서비스를 받기를 원한다. 그러기 위해서 정부는 서비스의 전달 방식을 재조직하고 있으며, 이에 가장 큰 방식이 민간위탁이다. 이러한 상황에 최근 국내 급식 산업 분야에서는 학교, 병원, 관공서, 사업체 단체 급식 시설의 급식 업무

¶ : 이윤정, 010-5248-8042, freena11@hanmail.net, 서울시 서대문구 충정로 2가 71번지 경기대학교 일반대학원 외식조리전공

를 전문적으로 위탁받아 경영하는 위탁급식 전문 업체가 등장하여 급식 산업에서 큰 관심을 모으고 있다. 그러나 위탁 급식의 경우에도 소비자의 생활 패턴이나 가치관 등의 변화를 통해 고객 욕구와 요구가 급속한 변화를 추구함에 따라 이에 대응하지 못하면 존립하기 어려운 실정에 다다랐다. 특히 대학 급식에 있어서는 학생들의 추구 성향의 변화가 빠르게 일어나고 있어 예전에 사용되었던 형태로의 급식은 학생들로 하여금 외면하게 만들고 있다(양일선 1991).

대학교 급식은 좋은 시장임에도 불구하고 이를 잘 활용하지 못하는 경향이 짙게 나타나고 있다. 따라서 대학교 급식의 효율적 운영을 위해서는 대학생들의 욕구를 파악하는 것이 급선무라 생각한다. 이를 위해서는 학생들의 식생활 패턴을 이해하고 소비 행태를 파악하여 적용하는 것이 필요하리라 사료된다. 즉, 시장의 특성을 파악하여 목표시장을 설정하고 목표시장에 맞는 상품이나 서비스의 포지셔닝이 절실히 요구되고 있다.

따라서 본 연구에서는 대학 급식의 효율적인 운영을 위한 마케팅 전략을 수립하는데 목적을 두고 학생들의 학교 급식을 이용하는 소비 행태를 파악하며, 학생들의 욕구를 파악하여 제시함과 아울러 효율적인 운영방안을 제시하는데 목적을 두고 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 단체 급식

급식 산업이라 함은 가정 외의 장소에서 학교, 사업체, 병원, 대학교, 행정부서, 사회복지시설, 등의 조직 구성원들에게 급식을 제공하는 단체 급식 산업과 상업성을 목적으로 운영되고 있는 레스토랑, 패스트푸드점, 호텔 레스토랑 등의 외식 산업으로 정의되며, 그 영역은 점차 광범위하게 확산되고 있다(양일선 1991).

우리나라에서는 식품위생법에서 단체 급식소에 대하여 “영리를 목적으로 하지 않고 계속적으

로 특정 다수인에게 음식을 공급하는 기숙사, 학교, 병원, 기타 후생기관 등의 급식 시설로서 대통령령이 정하는 것을 말한다.”라고 정의하고 있다(한명주 1992).

그러나 환경적, 제도적 변화에 따라 90년대 이후에 위탁급식에 의한 단체 급식소 시장 점유율이 급속히 확산되어 가고 있는 상황이며, 단체 급식은 대상자의 영양요구에 맞는 양질의 식사와 서비스를 제공함으로써 급식 만족도를 높이고 궁극적으로 고객의 정신적, 육체적 건강을 증진시킴으로써 생산성을 높이는데 그 목적이 있다(유정희 1993).

급식 산업은 단지 단체 급식 산업과 외국 산업에 국한되지 않고 외국의 경우 보다 포괄적인 현대 산업으로 그 영역이 점차 확대되어 가고 있다. 미국의 경우, 현대 산업이라 함은 호텔 레스토랑 단체 급식 교육 협의회에서 정의한 바와 같이 현대 산업을 급식, 호텔 및 관련 서비스 산업으로 규정하고 있다(Nestle M 1991).

영국은 호텔과 케이터링 산업을 지칭하며, 미국의 경우 숙박과 급식 산업을 포괄하고 있으나, 현대 산업의 경계는 명확하지 않다(Green CG 1993).

대학 급식은 비영리조직의 대표적인 예이다. Anthony와 Herzlinger는 영리조직의 성공은 이익 창출에 의해 평가되어 지는 반면, 비영리조직의 성공은 공공복지에 얼마나 기여하느냐로 평가되어야 한다고 하였다.

그러므로 Bartlet과 Bertagnolt는 비영리 급식 관리자는 급식을 운영하는데 새로운 기준을 계획하여야 하며, 스태프(staff), 장비 기술, 시장 전략 그리고 고객 관계에 대한 새로운 접근법을 계획하여야 한다고 주장하였다.

Fairbrook은 급식 관리자의 능력을 결정하는데 유용한 10개의 기준을 제시하였다. 즉, 인간 관계 기술, 태도, 감독, 사무원과의 접촉, 예산 준비, 원가관리, 전략적인 계획, 구매 능력, 공공관계기술, 그리고 회사의 세워진 목표와 조화롭게 이해하고

일하는 것이라고 하였다. Stephens와 Shanklin은 대학 급식은 현재의 경제상황에 대처하려면 식사 서비스에서 다양하게 제공할 필요가 있다고 하였다. 또한, 학생들에게는 관심을 유도하면서 예산 안에서 유지할 수 있는 식사를 제공해야 한다고 하였다. 1980년대까지는 대학의 급식소는 교외식당에 대한 경쟁을 느끼지 못하였으나 1990년대에 들어서는 학교 밖의 식당과 경쟁하게 되었고, 교수진이나 스태프, 학생 그리고 부모가 대학 급식이 훌륭한 재화의 가치를 주는 것임을 홍보할 필요가 있다고 제안하였다.

Schechier는 캘리포니아와 버클리의 대학에서 급식 관리자가 식사 이용의 감소를 극복하기 위하여 캠퍼스 전역에 걸쳐 식사 개혁 프로그램을 위한 계획을 실시한 것을 보고하였다. 그 내용은 학생들에게 식사를 제공하는 것부터 학생들의 대학생활 경험의 전체 부분이 되도록 변화되었다.

급식은 오후 6시부터 한밤중까지 일주일에 5일을 다양한 식품과 비식품 품목을 포함하는 편의점 시설을 제공하는 것이었다. Kochilas와 Scarpa는 학생들을 위한 급식시장에서 급식감독자는 많은 적든 계속 변화에 직면하게 된다고 주장하였다(김민정 2004).

대학 급식의 환경 변화를 내적 환경 변화와 외적 환경 변화로 나누어 살펴볼 수 있다. 내적 환경 변화는 내부 고객인 직원들의 기대 수준이 높아지고 노동력 시장 경쟁 상태가 점차 심화됨에 따라 내부 고객을 만족시킬 수 있는 기업 문화 조성, 동기 부여를 해 줄 수 있는 내부 고객 마케팅 등 적절한 대응이 요구된다. 외적 환경 변화로는 급식 산업의 외부 환경 요인인 정부 규제, 국가경제 상태의 변화가 지역시장 상태를 변화시키게 되므로 급식 잠재시장의 경쟁 상태가 더 한층 심화되는 결과가 된다. 이에 따라 급식업체가 경쟁력을 갖추기 위해서는 다른 업체와 차별화된 고객 서비스, 서비스 고객화를 키워 나가야 할 것이다(Ruth Hoogland DeHoog 1984).

## 2. 소비자 행동의 이론적 배경

소비자 행동을 Engel과 Blackwell(1982)은 경제적인 재화나 서비스를 획득하고 사용하는데 직접 관련된 개인의 행위 및 그러한 행위에 앞서서 그것을 결정해 주는 여러 가지 결정 과정이라고 정의하였다. 즉, 어떻게 사용하기로 결정하는가를 다루는 것이다. Cohen(1981)은 소비자 행동을 ‘경제적 재화와 서비스를 획득하고 사용하는 데 직접적으로 관련된 의사 결정 단위의 행동과 이러한 행동에 선행되는 의사 결정 과정을 포함한다.’라고 정의하고 있다. 즉, 구매(획득) 및 소비(사용) 행동 이외에 의사 결정 과정을 강조했다. Zaltman(1983)은 소비자 행동이란 ‘개인, 집단, 조직이 제품, 서비스 및 그 밖의 자원을 획득하고 사용하며, 이로 인한 경험을 통해서 나타내 보이는 행동, 과정 및 사회적 관계’로 정의하고 있다. 이 정의에 의하면 소비자 행동에 구매, 사용 및 사용에 따른 경험 등에 관련된 행동은 물론 사회적 상호작용 관계도 포함시키고 있다.

이러한 정의를 종합해 보면 소비자 행동이란 구매활동 자체뿐만이 아니라 구매 전후에 나타나는 탐색이나 구매 후 사용, 평가, 처분 활동까지 포함하는 것이며, 행동이라는 말에는 소비자들의 물리적 활동뿐만 아니라 심리적 결정 과정까지 포함됨을 알 수 있다.

## 3. 위탁급식 및 대학 급식의 환경

한국에 위탁 급식 경영업체가 등장하게 된 배경은 1980년대 말 노사 분규가 심화되면서 근로자의 복지 후생 요구도가 증대되고, 한편으로는 1986년 아시안 게임과 1988년 올림픽 이후에 근로자들의 소득 증대와 외식 산업 및 식품 산업의 발달, 새롭고 다양한 외식 문화에 접할 수 있는 기회의 증대로 이들 근로자는 기업의 노사 분규 시에 근로자들의 처우 개선과 함께 후생 복지 부분의 하나인 급식의 질적 개선을 자주 요구하게 되었기 때문에 이에 대해 기업주들이 급식의 위탁경영에 관심을 갖게 되면서 사업체 급식이 위탁경영의 체계로 전환되기 시작했다(한경수 1998).

위탁급식경영은 외식 산업의 발달과 인플레이

선으로 인한 식품의 상승, 에너지 사용의 상승, 노사 분규를 통한 인건비 상승 등의 원인으로 노동조합의 결성에 따른 노사 간의 제반문제가 발생하여 자체 내에서 효율적으로 직영하기에 난점이 많아져 등장하게 되었다(양일선 1991).

대학교 식당에서도 위탁 급식경영업체들이 빠른 속도로 진출하게 되었는데, 그 배경은 신세대 학생들이 음식의 질적 향상과 식당 환경 개선을 요구하고 있고, 그 동안 개인업자가 임대계약을 맺어 학생 식당을 운영해 온 경우 상당수의 업자들이 저렴한 식단이 때문에 원가나 채산성을 맞추기 위해 값싼 식재료를 사용하여 음식의 질이 낮아 학생들의 불만이 누적되었기 때문이다. 또한, 일부 대학의 경우 특별한 Know-how가 없이 직접 운영 관리한 결과 적자 운영을 면치 못하였으며, 인력 관리, 식자재 구매, 서비스 측면에서도 문제가 드러나 학생 측과 크고 작은 마찰이 있어 왔다. 이에 따라 대학교 측에서는 마찰을 최소화하고 운영사의 적자폭을 감소하기 위해 급식의 위탁경영을 모색하게 되었다. 대학 급식소는 대학 자체의 직영이나 개인 임대업자의 운영에서 급식 전문 업체에 의한 운영 형태로의 전환이 빠른 속도로 파급되고 있다.

또한, 민간위탁이 발생된 배경은 공공 서비스 부문의 민영화가 정부의 공공 서비스 직접 공급에 대한 하나의 대안으로 1980년 초 미국에서 정부의 개입을 축소하여 작은 정부를 지향하려는 취지에서 도입된 것이다. 또한, 1980년대부터 사회주의 경제가 와해됨에 따라 세계 거의 모든 나라에서는 국가경쟁력 제고를 위한 하나의 전략으로서 민영화에 대한 관심이 집중되었다. 민영화의 배경으로서 민영화는 정부기관의 지나친 팽창에 의해 나타나는 공공 서비스 공급의 비능률적 질적 저하 및 정부의 지나친 개입으로 인한 정부 실패(government failure)를 해결하고, 공공 서비스 공급을 위한 재정적 압박을 해결하고자 민간 기업체 공공 서비스를 위탁하는 것으로 작은 정부의 지향과 정부 개입의 축소라는 목적을 달성

할 수 있도록 하는 것이다(황인지 1991).

단체 급식이 위탁경영으로 변화하는 데는 다음의 3가지 주요인이 배경이 되었다. 첫째, 사회 경제적 변화로서 이는 외식 산업의 변화 요인과도 마찬가지로 식생활 수준이 향상되었고, 둘째, 외식 횟수가 증대됨에 따라서 고객들의 급식의 질 개선 요구가 높아지고 있으며, 셋째, 이에 따라 메뉴의 다양화, 개성화, 전문화를 통해 서비스 수준이 향상되었다.

외부 환경으로 단체 급식 전문 업체들이 대학 급식시장으로 세력을 확장하고 있다. 위탁 경영은 1887년 미국의 Nicholas Ceaserk 기관차 공장 직원에게 레몬레이드를 판매한 것이 최초의 계기가 되었고, 세계 2차 대전에 대량 급식으로 위탁 급식이 빠르게 확산되어 오늘이 이르렀다(정중훈 2001).

위탁 영업체의 특징을 살펴보면, 경영을 포함하여 시스템 설계, 컴퓨터의 활용, 비용관리, 레이아웃, 정보시스템 이용, 재무 분석과 같은 다양한 분야에서 경험이 풍부하고 훈련을 받은 재원을 보유하고 있다. 또한, 식품을 포함한 기타 물품의 구매력이 뛰어나다는 점이다. 그러나 위탁 운영시 지적되는 문제점으로는 위탁으로 전환된 급식소는 다시 직영으로 전환되기 어렵다(황인지 1991).

특히 학교 행정부 입장에서 볼 때 행정부가 급식부분의 경영형태를 위탁으로 전환하려는 주요 이유는 위탁회사가 직영보다 더 효율적이고 전문적인 급식서비스를 대행해 줄 능력이 있을 뿐 아니라 학교 행정부의 관리직 부담을 격감시켜 줄 수 있기 때문이다.

이러한 배경 하에 민간 위탁이 발생되기 시작하였으며, 현재 급속한 성장으로 다가오고 있다. 최근 공공 서비스의 질에 대한 관심의 대두는 사회·경제 전반에 걸친 환경 흐름의 변화를 반영하고 있다(황인지 1991).

### III. 조사 설계

1. 조사 목적

본 연구는 학교 급식의 효율적인 운영을 위한 방안 제시로서 실증적 조사는 학교 급식을 이용하는 학생들의 이용 행태를 분석하고, 이에 따른 학교 급식 브랜드 선호, 가격 수용성, 급식업소의 질, 가격 만족에 관련된 관계성을 분석하였다.

조사 목적을 달성하기 위한 세부 목표는 학교 급식을 이용하는 학생들의 이용 행태를 분석하고, 브랜드 선호도와 가격 만족의 영향 관계를 규명하며, 브랜드 선호도와 가격수용성의 영향 관계를 규명하였다.

2. 조사 시기와 방법 및 조사대상 선정

설문지는 2002년 8월 25일에서 9월 25일까지 1개월 동안 조사되었다. 학교 식당을 이용하는 학생의 이용 행태를 조사하기 위하여 수도권 지역의 5개 학교(경기대, 경희대, 단국대, 아주대, 수원대)를 직접 방문하여 학교 급식을 이용하는 소비자들이 직접 기입하는 자기기입법의 방식을 사용하였으며, 설문 응답자는 무작위표본추출방법에 의하여 조사되었다.

그러나 본 연구는 특정한 일반적 사항을 가지고 있는 고객들에 대한 조사편중을 예방하기 위하여 사전에 대략적인 비율을 정하여 설문지를 배포하고 질문 내용에 의미 전달이 미흡한 부분에 대해서 사전에 교육된 면접원(대학생)에 의하여 보충·설명되도록 하였다.

설문 방법은 한정식 설문지법(close-ended questionnaire)을 이용하였으며, 조사대상자의 일반 사항에 관한 질문은 여러 가지의 응답들 중에서 한 가지만을 선택하도록 하는 방법을 이용하였다.

3. 설문지의 구성 및 분석 방법

본 연구를 위한 설문지는 크게 이용 행태에 관련된 사항과 브랜드 선호, 가격 수용성, 가격 만족, 급식 시설의 질에 대한 문항으로 구성하였다. 이용 행태는 6가지의 항목으로 구성되었으며, 급식 시설의 질과 가격 만족은 단일 항목으로 구성되었고, 브랜드 선호는 2개 항목, 가격 수용성은

2개 항목으로 구성하여 작성되었다.

설문지는 총 500부가 배포되어 498부가 회수되었으며, 이 중 분석에 적절한 설문지 491부를 본 연구의 조사 분석에 이용하였다.

4. 통계 분석

조사대상자의 일반 사항과 이용 상황은 빈도분석 방법과 교차분석 방법을 이용하여 분석하였다.

학교 급식을 이용하는 학생들의 이용 행태에 따른 가격 수용성, 브랜드 선호, 가격 만족, 급식 시설의 질을 평가하기 위해 교차분석을 실시하였다.

IV. 분석 결과

1. 조사자의 일반적 특성

1) 응답자의 특성

조사 응답자의 성별에 따른 분포를 분석한 결과 남성이 57.2%로 나타나 여성보다 많은 분포를 보여주고 있다. 학년별로 분포는 3학년이 가장 높은 분포를 보여주고 있으며, 3학년 > 2학년 > 1학년 > 4학년 순으로 나타났다. <Table 1>, <Table 2>는 조사 응답자의 일반적 특성을 나타내고 있다.

2) 이용 행태

소비자가 이용하는 식당의 분석 결과는 <Table 3>과 같이 외부 식당을 이용하는 소비자보다는 내부 식당을 이용하는 소비자가 많은 것으로 분석되었다. 내부 식당을 이용하는 소비자가 외부

<Table 1> The general characteristics of the university student(Sex)

	Division	Frequency	Ratio(%)
Sex	Male	281	57.2
	Female	210	42.8
	Total	491	100

〈Table 2〉 The general characteristics of the university student(Grade)

Division	Frequency	Ratio(%)
Freshman	93	18.9
Sophomore	144	29.3
Grade Junior	169	34.4
Senior	85	17.3
Total	491	100.0

〈Table 3〉 The use form of the university meal service

Division	Frequency	Ratio(%)
Use dining room Outside dining room	189	38.5
Inside dining room	302	61.5
Total	491	100

식당의 약 1.5배로 나타났다.

〈Table 3〉은 소비자가 학교 급식을 이용하는 행태를 보여주고 있다.

학생들이 일주일 동안 학교 급식을 이용하는 결과는 분석 결과, 2회 이하의 집단과 2~3회의 집단은 비슷한 분포를 보여주고 있으며, 4~5회, 8회 이상, 6~7회 순으로 나타났다.

학생들이 학교 급식을 이용하면서 일주일 동안 3회 이하를 이용하는 학생은 2회 이하를 이용하는 28.3%와 2~3회를 이용하는 27.9%를 합한 전체의 56.2%로 높게 나타났다. 그러나 〈Table 5〉에서와 같이 학교 급식을 이용하지 않는다고 응답한 학생이 23.4%로 나타나 학교 급식을 이용함에 있어서 23.4%는 전혀 이용하지 않음을 예측할 수 있다. 이는 차후 이들의 수용함 또한 과제로 제시할 수 있다고 하겠다.

학교 식당의 경영형태에 대한 질문의 결과, 전체의 35.4%는 ‘단체 급식기업에 의한 위탁경영이

〈Table 4〉 The one week use number of times of university students

Division	Frequency	Ratio(%)
Less than two times	139	28.3
Two~three times	137	27.9
Four~five times	103	21.0
Six or seven times	38	7.7
More than eight times	74	15.1
Total	491	100.0

〈Table 5〉 1 day use number of times of students

Division	Frequency	Ratio(%)
Nothing	115	23.4
One time	261	53.2
Two times	101	20.6
Three times	13	2.6
More than four times	1	.2
Total	491	100.0

〈Table 6〉 A desirable management form of the university meal service

	Division	Frequency	Ratio(%)
A desirable management form to the university meal service	Direct administration	126	25.7
	Entrust of the management	174	35.4
	Personal manufacturer administration	29	5.9
	Outside dining room	155	31.6
	Others	7	1.4
	Total	491	100.0

〈Table 7〉 Affirmative opinions on the introduction of the outside dining room

Division		Frequency	Ratio (%)
Affirmative opinions on the introduction of the outside dining room	Yes	394	80.2
	No	97	19.8
	Total	491	100.0

바람직하다'고 응답하였으며, '외부 음식점의 도입이 바람직하다'라고 응답한 응답자는 31.6%로 나타났다. 이는 외부업체를 이용한 학교 급식의 경영에 대해 긍정적으로 받아들이는 집단이 전체의 67%를 차지하고 있음을 보여주고 있다.

그러나 직접 운영해야 한다고 응답한 응답자는 25.7%로 비교적 높게 나타났다.

학교 급식의 외부 도입에 대한 학생들의 의견

을 수렴한 결과 외부 도입에 긍정적인 반응을 보이는 학생들은 전체의 80.2%로 상당히 높게 나타났다.

학교 급식의 외부 도입시 희망하는 음식의 종류는 한식류가 전체의 46.2%로 가장 높은 분포를 보이고 있으며, 햄버거 체인점의 경우 34.6%로 높게 나타났다.

대략적으로 햄버거와 한식을 희망하는 학생은 전체의 80.9%로 나타났다.

타 업종의 분포는 7% 이하의 고른 분포를 보여주고 있다.

학생들이 외부 음식점에 대하여 선호하는 가격대는 1,500~3,000원의 가격대가 전체의 67.4%로 높게 나타났으며, 3,000~5,000원 사이의 가격대가 20.8%로 나타났다.

대부분의 학생들은 외부 브랜드 음식점의 희망

〈Table 8〉 The outside dining room form that students like

	Division	Frequency	Ratio(%)
The outside dining room form that students like	Form of Korean food	227	46.2
	Form of Hamburgers	170	34.6
	Form of Udong	33	6.7
	Form of Chicken	18	3.7
	Form of Spaghetti	34	6.9
	Form of Others	9	1.8
	Total	491	100.0

〈Table 9〉 The outside dining room price range which students like

	Division	Frequency	Ratio(%)
The outside dining room price range which students like	Less than ₩ 1,500	46	9.4
	₩ 1,500~3,000	331	67.4
	₩ 3,000~5,000	102	20.8
	₩ 5,000~10,000	11	2.2
	More than ₩ 10,000	1	0.2
	Total	491	100.0

〈Table 10〉 The reason why students like outside dining room

	Division	Frequency	Ratio(%)
The reason why students like outside dining room	Low price	82	16.7
	Good taste	300	61.1
	Fast serving	63	12.8
	Others	46	9.4
	Total	491	100.0

하는 가격대도 낮게 나타났다.

학생들이 외부 음식점으로 선호하는 브랜드 분석 결과 가장 높은 분포를 보여주는 브랜드는 한식류인 우리들의 이야기가 가장 높은 분포로 나타났다. KFC가 15.7%, 롯데리아 14.7% 순으로 나타났다. 이는 한식류가 가장 높이 선호하는 것으로 나타났으며, 패스트푸드를 학생들이 선호하는 것으로 나타났다. 패스트푸드 선호율은 42.5%

로 높게 나타났다.

이는 식문화의 변화에 따른 학생들의 선호도라 예측할 수 있다.

학생들이 외부 브랜드를 선호하는 이유로는 맛이 좋다고 응답자가 전체의 61.1%로 상당히 높은 분포를 보여주고 있다. 다음으로 값이 싸다라고 응답한 경우로 나타났으며, 기다리는 시간이 짧다라고 응답한 응답자도 값이 싸다라고 응답한 응답자와 비슷한 경향을 보이고 있다.

학생들이 외부 음식점을 도입했을 때 이용하고자 하는 횟수는 1~2회와 3~4회가 비슷한 경향으로 각각 42.2%, 41.8%로 높게 나타났다.

이는 학생들이 학교 급식을 이용하는 이용 횟수와 비슷한 경향으로 나타났다.

1회 미만의 경우 즉 이용하지 않겠다고 응답한 경우는 8.8%로 나타났다.

### 3) 외부 음식점 도입시 희망하는 음식의 종류

〈Table 11〉 The number of times to use if you take in an outside dining room

	Division	Frequency	Ratio(%)
The number of times to use if you take in an outside dining room	Less than 1 time	43	8.8
	1~2 times	207	42.2
	3~4 times	205	41.8
	5~6 times	18	3.7
	More than 7 times	18	3.7
	Total	491	100.0



〈Table 12〉 Relationship between the outside dining room form that students like and the permission rate of price rise

Division	Form that students like						Total	
	Korean style	Hamburger	Udon	Chicken	Spaghetti	Others		
Less than 5%	Rate	100	103	21	11	14	3	252
	Use rate	39.7%	40.9%	8.3%	4.4%	5.6%	1.2%	100.0%
	Use dining room	44.1%	60.6%	63.6%	61.1%	41.2%	33.3%	51.3%
5~10%	Rate	82	51	7	4	14	2	160
	Use rate	51.3%	31.9%	4.4%	2.5%	8.8%	1.3%	100.0%
	Use dining room	36.1%	30.0%	21.2%	22.2%	41.2%	22.2%	32.6%
10~15%	Rate	15	7	1		4	1	28
	Use rate	53.6%	25.0%	3.6%		14.3%	3.6%	100.0%
	Use dining room	6.6%	4.1%	3.0%		11.8%	11.1%	5.7%
15~20%	Rate	10		2	1			13
	Use rate	76.9%		15.4%	7.7%			100.0%
	Use dining room	4.4%		6.1%	5.6%			2.6%
More than 20%	Rate	1	1	1				3
	Use rate	33.3%	33.3%	33.3%				100.0%
	Use dining room	0.4%	0.6%	3.0%				0.6%
Others	Rate	19	7	1	2	2	3	34
	Use rate	55.9%	20.6%	2.9%	5.9%	5.9%	8.8%	100.0%
	Use dining room	8.4%	4.1%	3.0%	11.1%	5.9%	33.3%	6.9%
Total	Rate	227	170	33	18	34	9	491
	Use rate	46.2%	34.6%	6.7%	3.7%	6.9%	1.8%	100.0%
	Use dining room	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		A price of data		The degree of freedom		Asymptotic intentionality probability (Both official approval)		
Chi-square of Pearson		45.861		30		0.032		
G2		46.391		30		0.029		
Fan-shaped stand sector combination		0.034		1		0.854		
The number of used data		491						

〈Table 12〉는 학교 급식의 외부 음식점의 도입 시 희망하는 음식과 가격 상승 허용률과의 관계를 분석한 결과이다. 분석 결과 한식류를 희망하는 학생들의 가격

<Table 13> The relationship between the price range and the use rate

Division		Available price range					Total	
		Less than ₩ 1,500	₩ 1,500 ~3,000	₩ 3,000 ~5,000	₩ 5,000 ~10,000	More than ₩ 10,000		
Permi- ssion rate	Less than 5%	Rate	35	162	47	8	252	
	Use rate	13.9%	64.3%	18.7%	3.2%	100.0%		
	Use dining room	76.1%	48.9%	46.1%	72.7%	51.3%		
	5~10%	Rate	6	121	32	1	160	
	Use rate	3.8%	75.6%	20.0%	0.6%	100.0%		
	Use dining room	18.0%	36.6%	31.4%	9.1%	32.6%		
	10~15%	Rate	1	21	5	1	28	
	Use rate	3.6%	75.0%	17.9%	3.6%	100.0%		
	Use dining room	2.2%	6.3%	4.9%	9.1%	5.7%		
	15~20%	Rate		7	6		13	
	Use rate		53.8%	46.2%		100.0%		
	Use dining room		2.1%	5.9%		2.6%		
	More than 20%	Rate			3		3	
	Use rate			100.0%		100.0%		
	Use dining room			2.9%		0.6%		
	Others	Rate	4	19	9	1	1	34
	Use rate	11.8%	55.9%	26.5%	2.9%	2.9%	100.0%	
	Use dining room	8.7%	5.7%	8.8%	9.1%	100.0%	6.9%	
	8	Rate		1			1	
	Use rate		100.0%			100.0%		
	Use dining room		0.3%			0.2%		
	Total	Rate	46	331	102	11	1	491
	Use rate	9.4%	67.4%	20.8%	2.2%	0.2%	100.0%	
	Use dining room	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
		A price of data	The degree of freedom		Asymptotic intentionality probability (Both official approval)			
Chi-square of Pearson		50.609	24		0.001**			
G2		43.017	24		0.010**			
Fan-shaped stand sector combination		6.108	1		0.013			
The number of used data		491						

\*\* p<0.01.

상승 허용율은 5% 미만의 가격 상승 허용율이 가장 높은 분포를 보여 주고 있으며, 다음으로 5~10% 사이의 가격 상승 허용율의 분포로 나타났다. 햄버거류를 희망하는 학생들의 가격 상승률 또한 한식류를 선택하는 학생들과 비슷한 경향을 보이고 있으나, 햄버거류를 선택한 학생들은 5% 미만을 선택한 경우가 한식류를 선택한 경우보다 높은 것으로 나타났다.

외부 음식점 도입시 희망하는 음식류와 가격 상승 허용율과의 카이스퀘어 분석 결과, Pearson의 값은 45.861로 나타났으며, 유의수준 0.05 이하에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

학생들이 선호하는 외부 음식점의 브랜드 가격대와 가격 상승 허용율과의 관계성을 살펴본 결과 유의수준 0.05 이하에서 집단 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. Pearson이 값은 50.609로 나타났다.

2. 집단별 평균 분석

1) 이용 식당

이용 식당에 따른 집단 간 평균값의 분석 결과, 가격의 수준은 외부 식당을 이용하는 학생들이 외부 식당이 비싼 것으로 응답하였으며, 학교 급

식을 이용하는 학생들이 더욱 외부 식당이 비싸다고 응답하였다. 또한, 학교 급식의 질에 있어서는 학생식당의 질이 좋다고 응답한 경우는 학생식당을 이용하는 집단으로 나타났다.

그러나 전체적인 학교 급식의 질은 낮게 평가되었다.

2) 외부 음식점 도입시 선호하는 희망 음식

외부 음식점 도입시 선호하는 희망 음식집에 따라서 평균값을 분석한 결과 한식류를 선택하는 집단과 햄버거 체인점을 선택하는 집단이 학교 급식의 가격 수준이 외부와 비교해서 비싸다고 응답하였다. 학교 급식이 싸다고 응답한 집단은 스파게티 체인점으로 나타났다. 한 외부 식당과 학교 급식의 질적인 수준 차에 있어서 치킨 체인점을 선호하는 집단이 질이 비교적 좋다고 응답하였으며, 한식류, 햄버거 체인점은 외부 식당에 비해 학교 급식의 질적인 수준이 낮다고 응답하였다.

3) 선호하는 브랜드 가격

선호하는 브랜드 가격 수준에 따른 외부 식당의 가격에 비해 학교 급식의 가격 수준의 평균값 분석 결과는 1,500원 이하를 선호하는 집단이 학

<Table 14> Mean analysis of using form the dining room

Division		A reasonable price	The quality of the restaurant
Outside dining room	Average	2.65	2.15
	N	189	189
	Standard deviation	0.75	0.75
Inside dining room	Average	2.58	2.49
	N	301	301
	Standard deviation	0.70	0.73
Total	Average	2.62	2.35
	N	491	491
	Standard deviation	0.73	0.76

〈Table 15〉 Mean analysis of the management form that students like

	Price range	A reasonable price	The quality of the restaurant
Direct administration	Average	2.72	2.53
	N	126	126
	Standard deviation	0.81	0.74
Entrust of the management	Average	2.56	2.39
	N	174	174
	Standard deviation	0.66	0.76
Personal manufacturer administration	Average	2.41	2.21
	N	29	29
	Standard deviation	0.73	0.62
Outside dining room	Average	2.63	2.21
	N	155	155
	Standard deviation	0.74	0.76
Others	Average	2.57	2.14
	N	7	7
	Standard deviation	0.79	0.90
Total	Average	2.62	2.35
	N	491	491
	Standard deviation	0.73	0.76

교 급식의 가격이 싸다고 분석되었으며, 10,000원 이상을 선호하는 집단이 비싸다고 응답하였다.

선호하는 브랜드 가격이 1,500~3,000원 사이의 집단 보통수준을 나타냈으며, 3,000~5,000원 사이의 집단도 비슷한 수준으로 나타났다.

학교 급식의 질적인 측면에서 브랜드 선호가격이 3,000~5,000원 사이의 집단이 학교 급식의 질에 대해 낮은 평가를 보여주고 있으며, 3000원 이하의 집단이 타 집단에 비해 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

## V. 결론 및 요약

본 연구의 목적은 대학교 급식의 외부음식점

도입에 대한 필요성을 제시하기 위한 기초 자료 확보를 목적으로 하고 있으며, 이를 위해 대학생의 학교 급식 이용 행태 및 욕구를 파악하여 제시하여 시장에 필요한 상품과 학교 급식의 경영의 합리화를 위한 기초 자료 확보 차원에서 다음과 같은 세부 목적으로 연구가 수행되었다.

학생들의 학교 급식 이용 행태를 분석하여 규명하고, 학생들의 학교 급식 업체에 요구하는 사항을 파악하여 제시하고자 하며, 이용 행태에 따른 요구사항을 규명하여 제시하고자 하였으며, 또한 학교 급식의 외부 음식점 도입시 반응을 조사하여 제시하고자 하였다.

수도권 지역의 5개 학교(경기대, 경희대, 단국대, 아주대, 수원대)를 직접 방문하여 학교 급식

<Table 16> Mean analysis of the outside dining room form that students like

Division		A reasonable price	The quality of the dining room
Form of Korean style	Average	2.61	2.33
	N	227	227
	Standard deviation	0.72	0.79
Form of hamburger	Average	2.61	2.34
	N	170	170
	Standard deviation	0.71	0.71
Form of udon	Average	2.67	2.45
	N	33	33
	Standard deviation	0.69	0.75
Form of chicken	Average	3.00	2.61
	N	18	18
	Standard deviation	0.84	0.92
Form of spaghetti	Average	2.50	2.38
	N	34	34
	Standard deviation	0.83	0.74
Form of others	Average	2.33	2.33
	N	9	9
	Standard deviation	0.71	0.87
Total	Average	2.62	2.35
	N	491	491
	Standard deviation	0.73	0.76

을 이용하는 소비자들이 직접 기입하는 자기기입법의 방식을 사용하였으며, 설문 응답자는 무작위 표본추출방법에 의하여 조사되었다. 설문지 문항은 소비자 이용 행태에 관련된 문항이 주를 이루었으며, 이를 통해 학교 급식의 질적인 측면과 가격 수준의 비교를 통하여 학교 급식의 발전을 위한 방안을 모색하고자 하였다. 또한, 학생들이 학교 급식 이용 행태를 파악하여 제시하였으며, 외부 음식을 도입했을 시 발생하게 되는 문제점을 파악하기 위하여 학생들의 의견을 수렴하였다.

실증 분석 결과, 외부 음식점 도입시 한식류를 가장 선호하며, 햄버거류를 선호하는 것으로 나

타났다. 외부 음식점을 도입시 찬성하는 이유는 맛에서 가장 높은 분포를 보이며 학생들은 가격에도 민감한 형태를 피하고 있지만 맛에도 민감한 반응을 보이고 있는 것으로 나타났다.

또한, 외부 음식점을 이용하는 학생들의 경우에는 10% 미만의 가격 상승률을 허용하고 있지만 학교 급식을 이용하는 학생은 5% 미만의 가격 상승률을 허용하는 범위가 많은 분포를 보여주고 있다.

또한 학생들이 외부 식당의 도입시 한식류를 선호하는 집단보다 햄버거류를 선택하는 집단이 가격 상승률에 대해서는 보다 덜 민감한 것으로

〈Table 17〉 Mean analysis of the price range that students like

Division		A reasonable price	The quality of the dining room
Less than ₩ 1,500	Average	3.17	2.41
	N	46	46
	Standard deviation	0.93	0.75
₩ 1,500~3,000	Average	2.58	2.41
	N	331	331
	Standard deviation	0.65	0.76
₩ 3,000~5,000	Average	2.48	2.16
	N	102	102
	Standard deviation	0.75	0.71
₩ 5,000~10,000	Average	2.73	2.27
	N	11	11
	Standard deviation	0.90	1.01
More than ₩ 10,000	Average	2.00	3.00
	N	1	1
	Standard deviation	.	.
Total	Average	2.62	2.35
	N	491	491
	Standard deviation	0.73	0.76

나타났다.

대부분의 학생들이 학교 급식의 질이 좋지 않다고 생각하는 데에는 그만큼 신뢰도가 떨어진 상태라고 볼 수 있으며, 이를 극복하기 위해서는 학교 급식의 혁신적인 이미지 전략의 필요성이 제기된다.

한국조리과학회지 유정희(1993)의 논문에는 조사했던 급식의 82.4% 직영인데 반해 이번 연구에서 조사한 5개의 대학 중 직영을 운영하는 곳은 경기대학교 한 곳 뿐이었다.

학교 급식의 혁신적인 이미지 전략의 일환으로 외부 음식점 도입을 선택할 수 있는 데 학생들이 패스트푸드를 선호하는 이유는 음식이 빠르게 서빙된다는 잇점과 가격이 저렴하다는 잇점을 들고 있다. 또한, 외부 음식의 맛이 좋을 것이다 라고

생각하는 이유에서 나타났다. 즉, 현재 시행되고 있는 학교 급식에 대한 불만으로 도출되는 것은 맛의 저하와 가격의 상승, 서비스의 저하 현상을 이유로 살펴 볼 수 있을 것이다.

학교 급식의 질은 외부 음식점에 비해 학교 급식의 가격대의 만족도를 평가한 결과, 학교 급식의 질은 낮게 평가되었으며, 외부 음식점의 가격이 높다고 평가되었다. 외부 음식점 도입시 선호하는 음식의 조율에 따라 평균값을 분석한 결과, 한식류나 햄버거를 희망하는 집단이 학교 급식의 질적인 수준을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타나 학교 급식의 질적인 향상이 시급히 요구되고 있는 것으로 보인다.

또한, 학교 급식의 질적인 하락과 학생들이 학교 급식에 대한 신뢰도의 저하는 학교 급식의 발

전 차원에서 혁신적인 이미지 갱신의 필요성이 제기되며, 한 가지 전략적인 차원에서 외부 음식점의 도입도 사료해 볼 만한 가치가 있다고 할 수 있다.

따라서 학교 급식의 발전 방안으로 외부 음식점의 도입의 필요성도 제기되며, 학교 급식 이미지의 강화와 질적인 향상이 필요하리라 보며, 가격 수준의 적절한 배치도 함께 이루어져야 한다고 사료된다.

학교 급식의 외부 음식점 도입시 학생들이 원하는 한식류와 패스트푸드류를 점진적으로 실시함으로 효율적인 운영을 위하여 앞에서 제시한 바와 같이 전략적인 접근이 필요할 것이다.

연구의 한계점은 학생들의 학교 급식 이용 행태에 따른 학교 급식의 품질에 대한 평가가 세부적으로 이루어지지 않았다는 것과, 향후 연구에서는 학생들의 이용 행태별 학교 급식의 품질 평가가 이루어져야 할 것으로 사료되며, 제공자의 품질 수준을 파악하여 비교 분석하는 연구가 수행되어야 할 것이다.

### 한글초록

본 연구의 목적은 대학교 급식의 외부 음식점 도입에 대한 필요성을 제시하기 위한 기초 자료 확보를 목적으로 하고 있으며, 이를 위해 대학생의 학교 급식 이용 행태 및 욕구를 파악하여 제시하여 시장에 필요한 상품과 학교 급식의 경영의 합리화를 위한 기초 자료를 확보하고자 한다. 학교 급식의 혁신적인 이미지 전략의 일환으로 외부 음식점 도입을 선택할 수 있는데 학생들이 패스트푸드를 선호 하는 이유는 음식이 빠르게 서빙된다는 잇점과 가격이 저렴하다는 잇점을 들고 있다. 즉, 현재 시행되고 있는 학교 급식에 대한 불만으로 도출되는 것은 맛의 저하와 가격의 상승, 서비스의 저하 현상을 이유로 살펴볼 수 있다. 학교 급식의 질은 외부 음식점에 비해 학교 급식의 가격대의 만족도를 평가한 결과 학교 급식의 질은 낮게 평가되었으며, 외부 음식점의 가격이

높다고 평가되었다. 외부 음식점 도입시 선호하는 음식의 조율에 따라 평균값을 분석한 결과, 한식류나 햄버거를 희망하는 집단이 학교 급식의 질적인 수준을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타나 학교 급식의 질적인 향상이 시급히 요구되고 있다. 따라서 학교 급식의 발전 방안으로 외부 음식점의 도입의 필요성도 제기되며, 학교 급식 이미지의 강화와 질적인 향상이 필요하리라 보며, 가격 수준의 적절한 배치도 함께 이루어져야 한다.

### 참고문헌

1. 김민정 (2004). 대학 급식점에서 고객이 인식하는 급식서비스 품질이 가치, 만족, 재구매 의도에 미치는 영향. 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문. 48-49.
2. 김상철 (2001). 초등학교 단체 급식 종사원의 직무 실태에 관한 분석. *한국조리학회지* 7(3): 243-242.
3. 김정현 · 이민준 · 양일선 · 문수재 (1992). 한국인의 식행동에 영향을 주는 요인 분석. *한국식문화학회지* 7(1):1-8.
4. 양일선 : 급식 산업의 현황과 전망. *연세대학교 급식경영전문인과정 자료집*. 18-20.
5. 양일선 (1991). 급식 산업의 변화에 따른 영양사의 역할 기대. *1991년 대한영양사회 심포지엄*. 9.
6. 양일선 (1991). 급식 산업의 변화에 따른 영양사의 역할 기대. *국민영양* 132(2):14-16.
7. 유정희 (1993). 산업체 단체 급식소의 급식관리 실태에 대한 조사연구. *한국조리과학회지* 9(2):109-115.
8. 이경애 · 박영숙 (1993). 충남도내 대학 급식 시설의 급식관리 실태 조사. *순천향대학교 논문집* 16(3):784.
9. 정종훈 (2001). 호텔레스토랑 식음료 경영론. 백산출판사, 122-127.
10. 한경수 (1998). 위탁급식전문업체의 고객만족

- 측정도구의 개발 및 평가. 연세대학교 대학원 박사학위논문, 16.
11. 한명주 (1992). 서울 지역 대학 식당의 이용 실태 조사. *한국식문화학회지* 7(2):113-114.
  12. 한명주 (1989). 서울 지역 대학생들의 외식 행동에 관한 연구. *한국식문화학회지* 4(4):392-393.
  13. 황인지 (1991). 공공선택이론에서 교육자치제도 분석. 서울대학교 출판부, 91.
  14. Bartlett M · Bertagnolt LR (1992). 'I's annual forecast' 92. *Restaurant and Institutions* 102(1): 15-26.
  15. Cohen D (1981). *Consumer Behavior* New York Random House Business Division, 4th ed 124-135.
  16. Fairbrook P (1992). What makes a good food service director. *National Association of College and University Food Service Journal* 14 (3):36-38.
  17. Kochilas D · Scarpa J (1992). 24th annual RGI : student: airline. *Restaurant Business* 90(14): 110-117.
  18. Ruth Hoogland DeHoog (1984). Human service contracting. *Administration & Society* 16 (4)Feb:433.
  19. Schechier MA (1989). Campus in trnsition. *Food Management* 24(4):157-162.
  20. Stephenson SR (1993). Education ; School operator optimistic. *Restaurant & Institution* 103 (17):143-145.
  21. Zaltman G · Wallendorf M (1983). *Consumer Behavior : Basic Findings and Management Implications*. New York : John Wiely & Sons, pp.622-624.
- 
- |  |                      |
|--|----------------------|
|  | 2008년 9월 1일 접 수      |
|  | 2009년 1월 6일 1차 논문수정  |
|  | 2009년 3월 8일 2차 논문수정  |
|  | 2009년 3월 21일 3차 논문수정 |
|  | 2009년 5월 27일 게재 확정   |