

의료기관 장례급식 품질 향상을 위한 운영자와 구매자의 최적효용 도출

†박문경 · 정윤희* · 이정윤*

한양여자대학교 식품영양과, *연세대학교 식품영양학과

Deduction on the Ideal Combination of Total Utility by Operator and Purchaser for Quality Improvement of Foodservice at Medical Center Funeral Halls

†Moon-Kyung Park, Yunhee Jung* and Chungyoon Lee*

Dept. of Food and Nutrition, Hanyang Women's University, Seoul 133-817, Korea

*Dept. of Food and Nutrition, Yonsei University, Seoul 120-749, Korea

Abstract

The purposes of this study were to identify the relative importance attributes, deduct the ideal combination of total utility and establish the marketing strategies for quality improvement of foodservice at funeral halls of medical centers. Data were collected using self-administered questionnaires from 102 funeral foodservice employees and 71 chief mourners or the bereaved. According to the results from a conjoint analysis, among foodservice employees at funeral hall, the relatively important attributes were 'taste (52.84%)', 'menu variety (24.419%)' and 'price (22.741%)'; among chief mourners or the bereaved, they were 'taste (50.004%)', 'price (31.388%)' and 'menu variety (18.008%)'. The ideal combination of total utility was different between funeral foodservice employees and chief mourners or the bereaved; it was higher among chief mourners or the bereaved (1.211) compared to funeral foodservice employees (1.169). Thus, there should an endeavor to improve the foodservice quality in funeral halls of medical centers through better taste, low price and similar menu variety.

Key words: funeral hall, foodservice quality, ideal combination of total utility, conjoint analysis

서 론

현대경제연구원(2005)은 성장 산업 5대 트렌드로 다양한 고령자 대상 산업이 활성화 될 것으로 예상하며, 보건의료 산업, 경험산업, 시니어 커뮤니티 산업, 종합자산관리서비스(PB)/보험 산업, 사후 준비를 위한 장례 산업 등을 전망하였다. 그 중 장례 산업은 장례장소가 집에서 장례식장으로 이동하면서, 상업화된 전문장례업체에게 위임되는 형태로 나아가고 있다(Song HD 2004; Song HD 2007).

장례문화에 대한 여론조사에서 조문객으로 참석한 장례식의 장소에 대해 병원 영안실이 53.9%로 절반 이상을 차지하고, 다음으로 집 34.6%로 나타나 1994년에는 집이 72.2%, 병원영안실이 22.6%로 나타났던 것과 상반된 결과를 보여 장례

식의 장소의 큰 변화가 있었음을 보여주었다(Gallup Korea 2001). 2004년 장례식 장소에 관한 한국소비자보호원의 조사 역시 병원장례식장이 70.8%, 전문 장례식장 6.8%, 자택이 21.5%를 차지하여(Korea Consumer Agency 2004), 병원에서 장례식을 치르는 사람들이 증가하였음을 보여주었다(Park JS 2002; Yu BK 2011).

이와 같은 현실을 감안하여 정부에서는 장례식장을 의료기관의 필수시설로 인정하고, 장례에 필요한 시설을 설치할 수 있도록 의료법 시행규칙을 개정(2008.12.12. 1차 개정)함으로써 의료기관의 장례시설 설치 근거를 마련하였다(Korea Ministry of Government Legislation 2014; Information Center of national laws 2014). 그 결과, 서울시내 장례식장을 전수 조사한 결과, 장례식장이 '기타의료법인장례식장' 34곳(45.9%), '대

† Corresponding author: Moon-Kyung Park, Dept. of Food and Nutrition, Hanyang Women's University, Seoul 133-817, Korea. Tel: +82-2-2290-2184, Fax: +82-2-2290-2199, E-mail: mkpark@hywoman.ac.kr

학부속병원장례식장(22곳, 29.7%)', 국공립시립병원장례식장과 전문장례식장이 각각 9곳(12.2%)이었다(Consumers union of Korea 2006). 서울의 대형 병원 장례식장을 중심으로 리모델링을 실시하여 점점 고급화되어가고 있으며, 이는 장례식장 역시 현대적 의미의 상업적 장례시설이기에 이윤 추구와도 밀접한 관련이 되어 있음을 말해주는 것이다(Lee 등 1999; Cho GY 1999; Park JS 2003; Kim SD 2005). 장례비용은 장례 시설 및 서비스의 수준에 따라 매우 다양한 형태를 보이고 있으며, 장례비용에 대한 시장의 경쟁구조는 점차 심화될 것으로 예측되고 있다(Lee & Kim 2009).

그러나 의료법 제49조 2항에 나온 바와 같이, 장례식장은 임대 또는 위탁 운영할 수 있고, 시행규칙 제39조의 별표 6에는 병원 환자식에 대한 부분으로 국한되어(Korea Ministry of Government Legislation 2014; Information Center of National Laws 2014) 장례급식과 관련된 운영 및 위생관련 제반 사항들에 대한 법적/제도적 관리기반이 미비하다.

과거 장례업은 특성상 소비자의 합리적이고 자유로운 선택보다는 공급자의 일방적인 장례공급에 따른 불합리적인 소비형태가 주류를 이루어왔으나, 최근 소비자 의식의 향상과 장례문화의 변화에 따라 장례식장에서도 과거와 달리 장례서비스 마케팅이 중요하며, 서비스 품질 연구와 이용자 욕구를 충족시킬 수 있는 장례서비스도 마케팅 전략 차원에서 다루어져야 할 것이다(Park HI 2001).

이에 본 연구에서는 마케팅 분야에서 활용되고 있는 컨조인트 분석을 활용하여(Lee GH 2001) 장례급식의 여러 고려 속성을 함께 평가함으로써(Lee HY 2008), 급식개선 방향을 설정하고자 하였으며, 컨조인트 방법을 활용한 외식(Lee 등 2005; Kim & Park 2007; Jung & Lee 2008; Kang HY 2011)과 급식(Park & Kim 2006; Park 등 2008)의 선행연구를 참고하여 양측의 특성을 갖고 있는 장례급식에서 최적효용을 도출하고자 하였다.

따라서 본 연구는 의료기관에서 운영하는 장례식장의 조문객 장례급식 운영자인 급식운영 담당자와 구매자이자 소비자인 상주 및 유족의 입장에서 장례급식 개선을 위한 상대적 중요도를 측정하고, 효용결합과 최적효용값을 계상하기 위한 함수를 수식으로 정리하여 조사대상별로 각각 최적효용을 도출함으로써, 장례식장 조문객 급식 품질 향상을 위한 현실적인 개선방향을 제시하고자 하였다.

연구대상 및 방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구는 2012년 3월에 장례식장 급식운영 담당자, 상주 및 유족을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 보건복지부 e

하늘에 공시된 장례식장 중에서 빈소수가 확인 가능한 인천, 경기지역 전체 96곳, 서울 66곳 총 162곳의 의료기관 장례식장 전수를 조사범위로 선정하여, 장례식장 식당 운영 담당자를 조사하였다. 설문은 장례식장 빈소 규모에 따라 빈소수 4개 이하 담당자 3인, 빈소수 5~8개 담당자 5인, 빈소수 9개 이상 7인의 설문지를 각각 우편 발송하여 총 730명을 대상으로 인식조사를 실시하여 102명의 응답(회수율 14.0%)이 회수되었다. 상주 혹은 유족의 경우, 서울 및 경기 지역 의료기관 장례식장(한국장례업협회 소속)에서 상주/유족 경험자 100명을 대상으로 조사하여 71명이 응답, 회수율은 71%였다.

2. 조사내용 및 방법

의료기관 장례급식 운영 실태에 관해 의료기관 장례급식 운영 관련자 27명, 상주 및 유족 10명을 대상으로 사전 심층면접(in-depth interview)을 실시하여 Table 1과 같이 컨조인트 분석을 위한 장례급식 서비스의 주요 품질 속성과 수준을 도출하였다. 심층면접에서 급식운영관리자 대상 조문객 음식의 서비스 품질 속성에 대해 조사한 결과, 메뉴, 맛, 서비스, 위생, 비용, 조직관리, 운영관리, 제사 진행 절차 안내 서비스의 속성을 응답하였으며, 개선 우선순위를 도출한 결과, 위생, 메뉴, 맛, 서비스, 가격이 도출되었다. 이들 속성 중에서 상주 및 유족의 의견과 운영자 입장에서의 단거적인 개선 가능성 여부를 함께 고려하여 맛, 메뉴의 다양성, 가격의 속성과 수준을 도출하였다. 동일 속성 및 의미의 수준에 대해 의료기관 장례식장 급식운영 관리자와 상주 및 유족의 다른 시각에 따라 다르게 표현된 수준으로 도출함으로써, 운영자와 구매자/소비자간 인식의 차이를 통한 개선방안을 모색하고자 하였다. 도출된 9개의 가상 프로파일(profile)은 선호 순위로 평가하도록 하였으며, 급식전문가들을 대상으로 예비조사를 실시하여 설문지를 수정 및 보완하여 본 조사를 실시하였다. 서비스 부분의 속성으로 빈소 내 배선 및 배식 도우미의 서비스에 대한 개선이었으나, 이는 최근 상조업체 및 장례식장 협력업체를 통한 서비스 인력이므로 장례식장의 운영개선을 위해 현실적으로 직접적인 행위를 수행할 수 없으므로 속성에서 제외하였다.

외식분야 연구에서 컨조인트 분석을 위한 속성으로는 레스토랑 선택 속성에 레스토랑의 형태, 메뉴의 형태, 서비스의 중요성이 도출되었고(Lee 등 2005), 아침식사를 위한 한식업소 선택 속성은 메뉴, 가격, 입지, 매장 규모, 서비스였으며(Kim & Park 2007), 기업개발 HMR 제품의 속성으로는 브랜드, 맛, 조리 정도, 가격으로 나타나(Kang HY 2011), 컨조인트 분석의 조사 속성은 분석의 목적 및 내용에 따라 다양하게 도출되었다. 본 연구의 대상인 장례급식에서는 메뉴의 다양성, 가격, 맛이 도출되어 외식 속성과 유사한 결과를 보였다.

Table 1. Service quality attributes and level in funeral foodservice

Subjects	Attributes	Meaning of attribute	Level
Funeral foodservice employee	Taste	Comparative food taste at present	<ul style="list-style-type: none"> · Better taste · Similar taste · Not good tasty
	Menu variety	Comparative menu variety at present	<ul style="list-style-type: none"> · More variety · Similar variety · Declining menu
	Price	Comparative menu price per funeral visitor at present	<ul style="list-style-type: none"> · More expensive · Similar price · Low price
Chief mourner/ the bereaved	Taste	Food taste compared to the using funeral hall	<ul style="list-style-type: none"> · Better taste · Similar taste · Not good tasty
	Menu variety	Menu variety compared to the using funeral hall	<ul style="list-style-type: none"> · More variety · Similar variety · Declining menu
	Price	Menu price per funeral visitor compared to the using funeral hall	<ul style="list-style-type: none"> · More expensive · Similar price · Low price

3. 통계 분석 방법

회수된 설문지는 SPSS 18.0 통계 package를 이용하여 분석하였다. 조사대상의 일반사항은 기술통계(descriptive analysis)를 이용하여 빈도와 백분율로 나타냈다. 본 연구에서 부분요인실험설계(fractional factorial design)를 통하여 도출된 속성과 수준을 full profile method로 9가지 가상의 개선안을 선정하여 측정하였다. 컨조인트 분석을 위해 HCA(hybrid conjoint analysis) 모형을 적용하였고, 각 속성별 수준은 부분가치함수(part-worth function model)을 적용하였으며, 선호도 척도는 서열순위(rank order)를 통해 속성에 대한 상대적 중요도(relative importance among attributes) 추정 및 효용값(utility value)과 효용결합(utility combination) 추정을 실시하였다. 최적효용(ideal combination of total utility)은 이론을 산출식으로 정리하여 이를 기준으로 도출하였다.

연구결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

의료기관 장례식장의 급식운영 담당자와 유족 및 상주의 일반사항은 Table 2와 같다. 운영자 입장의 급식운영 담당자는 남자 52.9%, 여자 47.1%로 남자가 더 많았으며, 연령은 평균 약 44세였다. 소속은 식당 운영 위탁업체/임대업체 48.0%와 의료기관 소속 장례식장 영업/운영 담당 39.2%가 대부분을 차지하였고, 그 외 의료기관이 소속된 재단 혹은 법인 4.9%, 병원 영양과 1.0%로 나타났다. 직급은 관리자(사무장,

부장, 점장 지배인, 매니저 등)가 28.4%로 가장 높았고, 다음으로 조리원 22.5%, 사무직원 12.7% 순이었다.

소비자 입장의 상주 및 유족은 여자(69.4%)가 남자(30.6%)보다 많았고, 연령은 평균 약 48세였다. 거주지는 서울이 71.8%로 대부분이었고, 그 외 경기 16.9%, 인천 9.9% 순이었다. 장례의식에 차이를 보이는 종교의 경우, 기독교가 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 가톨릭 25.0%, 무교 16.7%, 불교 9.7% 순으로 조사되었다.

2. 서비스 품질 속성의 효용 및 상대적 중요성 측정

1) 의료기관 장례식장의 급식운영 담당자 대상

급식운영 담당자를 대상으로 맛, 메뉴의 다양성, 가격의 속성에 대해 현재 근무 중인 의료기관 장례식장의 수준과 비교하여 장례식장 조문객 급식을 개선할 때 3가지 속성과 수준을 모두 고려하여 상대적 중요도를 측정하였다.

컨조인트 분석을 실시한 결과, Fig. 1과 같이 음식의 맛은 '현재보다 맛있음(1.757)'이, 메뉴의 다양성은 '현재보다 다양함(0.729)'이, 가격은 '현재와 비슷함(0.276)'의 효용이 가장 높은 것으로 분석되었고, 각 속성에 대해서는 음식의 맛이 52.84%로 급식운영 담당자들은 다른 속성에 비해 상대적으로 가장 중요한 속성으로 인식하고 있었으며, 메뉴의 다양성(24.419%)과 가격(22.741%)은 서로 비슷한 수준이나, 메뉴의 다양성이 가격보다 약간 상대적으로 중요한 것으로 인식하고 있었다. 따라서 급식운영 담당자의 경우에는 현재 근무하고

Table 2. Demographic characteristics of subjects

Characteristics		Frequency (%)
Gender	Male	54(52.9)
	Female	48(47.1)
Age(year) ¹⁾		44.48±9.16
Affiliation	Funeral sales/management department affiliated to medical institution	40(39.2)
	Medical institution affiliated foundation or corporate	5(4.9)
	Hospital nutrition department	1(1.0)
Funeral food-service employee	Contracted/rental foodservice company	49(48.0)
	Others	7(6.8)
Position	Manager(office manager, department head, store manager and others)	29(28.4)
	Funeral rights instructor(consultant)	7(6.9)
	Clerical worker(ex: answering phones)	13(12.7)
	Nutritionist	3(2.9)
	Chef	11(10.8)
	Cook	3(3.0)
	Kitchen porter	23(22.5)
	Others	13(12.7)
	Total	
Gender	Male	22(30.6)
	Female	50(69.4)
Age(year) ¹⁾		48.08±12.31
Chief mourner /the bereaved	Residence	
	Seoul	51(71.8)
	Gyeonggi	12(16.9)
	Incheon	7(9.9)
Others	1(1.4)	
Religion	No religion	12(16.7)
	Christian	33(45.8)
	Catholic	18(25.0)
	Buddhism	7(9.7)
	Others	2(2.8)
Total		72(100.0)

¹⁾ Mean±S.D.

있는 의료기관 장례식장의 조문객 급식을 개선하고자 할 때, 서비스 품질 속성 중에서 음식의 맛을 상대적으로 가장 중요시 하고, 다음으로는 메뉴를 좀 더 다양화하고자 할 것이며, 마지막으로 가격은 현재와 유사한 수준을 유지할 것으로 사료된다.

서비스 품질 속성의 효용 결합은 Table 3에 제시하였다. 일반적으로 컨조인트 모형의 적합도는 Pearson의 상관관계가 0.6 이상으로 높으면 적합도가 높은 것으로 판단하며, 사용된

계획 프로파일과 검정 프로파일의 상관계수는 Kendall의 tau 가 높으면 추출된 프로파일의 타당성을 갖는 것으로 판단하는 바(Lee HY 2004), 본 연구의 모형 적합도 및 계획 프로파일 타당성이 높은 것으로 검증되었다. 효용결합은 이론적 배경을 토대로 다음 식 (1)로 정리하여 이를 근거로 도출하였다.

$$v_i^{(j)} = w_i u_i^{(j)} \quad (1)$$

여기서 $v_i^{(j)}$ 는 i 번째 속성의 j 번째 효용결합이고, $u_i^{(j)}$ 는 i 번째 속성의 j 번째 효용값이다. w_i 는 i 번째 속성의 상대적 중요도로서, $\sum_i w_i = 1$, $w_i > 0$ 을 만족한다.

이에 각 속성별 효용결합 결과, 의료기관 장례식장 급식운영 담당자는 ‘현재보다 맛있음(0.928)’이 가장 높고, 다음으로 ‘현재와 비슷함(0.299)’을 긍정적으로 인식하고 있었으며, ‘현재보다 떨어짐(-1.227)’은 부정적인 인식을 하고 있는 것으로 분석되었다. 메뉴의 다양성은 ‘현재보다 다양함(0.178)’을 긍정적으로 인식하고 있었고, ‘현재와 비슷함(-0.032)’, ‘현재보다 줄어듦(-0.146)’은 부정적으로 인식하고 있었다. 가격은 ‘현재와 비슷함(0.063)’을 긍정적으로 인식하고 있었으며, ‘현재보다 상승함(-0.056)’, ‘현재보다 저렴함(-0.007)’은 부정적으로 인식하는 것으로 분석되었다.

2) 상주 및 유족 대상

상주 및 유족을 대상으로 맛, 메뉴의 다양성, 가격의 속성에 대해 과거 이용했던 의료기관 장례식장의 수준과 비교하여 장례식장 조문객식을 개선할 때 3가지 속성과 수준을 모두 고려하여 상대적 중요도를 측정하였다.

분석 결과, Fig. 2와 같이 음식의 맛은 이용했던 장례식장보다 맛있게 개선되고, 가격은 저렴하면서 메뉴의 종류는 과거 이용했던 장례식장과 유사한 수준으로 개선되기를 희망하는 것으로 분석되었다. 각 속성에 대해서는 음식의 맛이 50.004%, 가격은 31.388%, 메뉴의 다양성 18.008%로 각 속성에 대해서 음식의 맛, 가격, 메뉴의 다양성 수준으로 중요하게 개선되길 희망하는 것으로 분석되었으며, 이는 급식운영 담당자가 가격보다는 메뉴의 다양성을 중요하게 생각하는 것과는 상이하게 인식하는 것으로 분석되었다. 따라서 상주의 경우에는 음식의 맛이 개선된 후, 메뉴의 다양성보다는 가격적인 측면에서 좀 더 저렴하게 될 것을 기대하는 것으로 나타나, 급식운영 담당자가 장례식장 조문객 음식을 개선할 때에는 이와 같은 고객의 인식을 반영해야 할 것으로 사료된다.

상주 및 유족을 대상으로 조사된 서비스 품질 속성의 효용결합은 식 (1)과 같이 계산되어 Table 4에 정리하였다.

이에 각 속성별 효용결합 결과, ‘현재보다 맛있음(0.901)’이



Fig. 1. Utility value and relative importance by funeral foodservice employee.

Table 3. Utility combination by funeral foodservice employee

Attributes	Meaning of attributes	Level	Utility value	Relative importance (%)	Correlation ¹⁾	Utility combination
Taste	Comparative food taste at present	· Better taste	1.757	52.840	Pearson's R 0.994*** Kendall's tau 0.944***	0.928
		· Similar taste	0.566			0.299
		· Not good tasty	-2.323			-1.227
Menu variety	Comparative menu variety at present	· More variety	0.729	24.419	Pearson's R 0.994*** Kendall's tau 0.944***	0.178
		· Similar variety	-0.132			-0.032
		· Declining menu	-0.597			-0.146
Price	Comparative menu price per funeral visitor at present	· More expensive	-0.247	22.741		-0.056
		· Similar price	0.276			0.063
		· Low price	-0.029			-0.007

¹⁾ goodness-of-fit test



Fig. 2. Utility value and relative importance by chief mourner/the bereaved.

Table 4. Utility combination by chief mourner/the bereaved

Attributes	Meaning of attributes	Level	Utility value	Relative importance	Correlation ¹⁾	Utility combination
Taste	Food taste compared to the using funeral hall	· Better taste	1.802	50.004		0.901
		· Similar taste	0.157			0.079
		· Not good tasty	- 1.959			- 0.980
Menu variety	Menu variety compared to the using funeral hall	· More variety	- 0.093	18.608	Pearson's R 0.994*** Kendall's tau 0.944***	- 0.017
		· Similar variety	0.219			0.041
		· Declining menu	- 0.126			- 0.023
Price	Menu price per funeral visitor compared to the using funeral hall	· More expensive	- 1.187	31.388		- 0.373
		· Similar price	0.330			0.104
		· Low price	0.857			0.269

¹⁾ goodness-of-fit test

가장 높고, 다음으로 ‘현재와 비슷함(0.079)’을 긍정적으로 인식하고 있었으며, ‘현재보다 떨어짐(-0.980)’은 부정적인 인식을 하고 있는 것으로 분석되었다. 메뉴의 다양성은 ‘현재와 비슷함(0.041)’을 긍정적으로 인식하고 있었고, ‘현재보다 다양함(-0.017)’, ‘현재보다 줄어듦(-0.023)’을 부정적으로 인식하고 있어 의료기관 장례식장 급식운영 담당자와는 상이한 결과를 보였다. 가격은 ‘현재보다 저렴함(0.269)’, ‘현재와 비슷함(0.104)’을 긍정적으로 인식하고 있었으며, ‘현재보다 상승함(-0.373)’은 부정적으로 인식하는 것으로 분석되어, 이 역시 의료기관 장례식장 급식운영 담당자와 인식의 차이를 보였다.

3. 최적효용 측정을 통한 급식운영 담당자와 상주 및 유족의 인식의 차이 분석

대부분의 연구에서 효용결합으로 분석된 값을 개별 계산함으로써 도출되었던 최적효용을 식 (2)로 정리하여 급식운영 담당자와 상주 및 유족의 조사대상별로 Table 5에 각각 제시하였다.

$$\sum_i \max_j v_i^{(j)} \tag{2}$$

여기서 $v_i^{(j)}$ 는 i 번째 속성의 j 번째 효용결합이고, $\max_j v_i^{(j)}$ 는 i 번째 속성의 효용결합값 중 최댓값을 의미한다.

의료기관 장례식장 급식운영 담당자의 최적효용값은 1.169로 도출되었으며, 이는 현재보다 맛을 개선하고, 현재와 비슷한 가격대를 유지하면서 메뉴를 다양하게 개선하는 것이 가장 최적의 개선인 것으로 도출되었다. 상주 및 유족의 최적효용값은 1.211로 과거 이용했던 의료기관 장례식장보다 맛을 개선하고, 메뉴의 종류는 유사한 수준을 유지하면서 가격이 저렴한 것을 가장 최적으로 인식하여 운영자와 구매자의 인식의 차이를 보였다. 즉, 운영자인 급식운영 담당자와 구매자인 상주 및 유족의 최적효용값을 도출한 결과, 상주 및 유족의 최적효용값이 높았으며, 따라서 급식운영 담당자는 스스로 인식하는 개선의 방향으로 장례급식을 개선하는 것보다는 구매자이자 소비자인 상주와 유족의 의견을 기준으로 장례급식 운영 개선방향을 선택해야 할 것으로 사료된다.

요약 및 결론

본 연구는 의료기관에서 운영하는 장례식장의 조문객 급

Table 5. Ideal combination of total utility between funeral foodservice employee and chief mourner/the bereaved

Subjects	Attributes	Meaning of attributes	Level	Ideal utility combination	Ideal combination of total utility
Funeral foodservice employee	Taste	Comparative food taste at present	Better taste	0.928	1.169
	Menu variety	Comparative menu variety at present	More variety	0.178	
	Price	Comparative menu price per funeral visitor at present	Similar price	0.063	
Chief mourner/the bereaved	Taste	Food taste compared to the using funeral hall	Better taste	0.901	1.211
	Menu variety	Menu variety compared to the using funeral hall	Similar variety	0.041	
	Price	Menu price per funeral visitor compared to the using funeral hall	Low price	0.269	

식을 운영자와 구매자/소비자 입장에서 개선 최적 효용을 도출함으로써 장례식장 조문객 급식 품질 향상을 위한 현실적인 개선방향을 설정하고자 컨조인트 분석방법을 활용하였다.

분석 결과, 의료기관 장례식장 급식운영 담당자는 음식의 맛은 ‘현재보다 맛있음(1.757)’이, 메뉴의 다양성은 ‘현재보다 다양함(0.729)’이, 가격은 ‘현재와 비슷함(0.276)’의 효용이 가장 높은 것으로 분석되었고, 각 속성의 상대적 중요도는 음식의 맛이 52.84%이 가장 중요한 속성으로 인식하고 있었으며, 메뉴의 다양성(24.419%)과 가격(22.741%)은 서로 비슷한 수준이었다. 각 속성별 효용결합 결과, ‘현재보다 맛있음(0.928)’이 가장 높고, 다음으로 ‘현재와 비슷함(0.299)’을 긍정적으로 인식하고 있었다. 메뉴의 다양성은 ‘현재보다 다양함(0.178)’을, 가격은 ‘현재와 비슷함(0.063)’을 긍정적으로 인식하는 것으로 분석되었다.

구매자이자 소비자인 상주 및 유족은 음식의 맛은 이용했던 장례식장보다 맛있게 개선되고, 가격은 저렴하면서 메뉴의 종류는 과거 이용했던 장례식장과 유사한 수준으로 개선되기를 희망하는 것으로 분석되었다. 각 속성에 대해서는 음식의 맛(50.004%)이 상대적으로 가장 중요한 속성이었고, 가격(31.388%), 메뉴의 다양성(18.008%) 순으로 분석되었다. 각 속성의 효용결합은 음식의 맛은 ‘현재보다 맛있음(0.901)’이 가장 높고, 다음으로 ‘현재와 비슷함(0.079)’을 긍정적으로 인식하고 있었으며, 메뉴의 다양성은 ‘현재와 비슷함(0.041)’을, 가격은 ‘현재보다 저렴함(0.269)’, ‘현재와 비슷함(0.104)’을 긍정적으로 인식하고 있어, 의료기관 장례식장 급식운영 담당자와 인식의 차이를 보였다.

최적효용값 도출 결과, 의료기관 장례식장 급식운영 담당자는 현재보다 맛을 개선하고, 현재와 비슷한 가격대를 유지하면서 메뉴를 다양하게 개선하는 것이 가장 최적의 개선(1.169)으로 인식하는 것으로 도출되었다. 상주 및 유족은 과거 이용했던 의료기관 장례식장보다 맛을 개선하고, 메뉴의 종류는 유사한 수준을 유지하면서 가격이 저렴한 것(1.211)을 가장 최적으로 인식하여 운영자와 구매자의 인식의 차이를 보였다.

즉, 운영자와 구매자간의 인식의 차이를 보였으며, 최적효용에서 운영자보다 최적효용값이 더 높았던 구매자/소비자인 상주와 유족의 의견을 바탕으로 다양한 메뉴의 제공보다는 조문객 급식의 맛과 가격의 개선을 통한 품질 향상이 선결되어야 할 것이다.

본 연구는 대부분의 장례식장이 서울 및 경인지역에 국한되어 있기에 서울 및 경인지역을 중심으로 전수조사를 실시하였다. 따라서 기타 지역의 장례식장에 동일하게 적용하기에는 조사범위의 지역적 한계가 있을 것으로 사료되므로, 전국적인 조사가 이루어져야 할 것이다. 또한 장례급식과 관련

해서는 학술적인 연구가 전무하여 동일 조사대상을 토대로 한 고찰이 부족한 바, 향후 장례급식과 관련된 연구가 활발히 이루어질 것을 기대해 본다.

감사의 글

이 논문은 2011년도 정부재원(교육부)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2011-332-B00675).

References

- Bureau of Consumer Education, Korea Consumer Agency. 2004. Investigation on perception and actual condition of funeral cultures. Press Release
- Cho GY. 1999. Change of Korean funeral culture: Two morgues in general hospital. *Korean J International Koreanology* 2:192-211
- Consumers Union of Korea. 2006. Investigation of funeral usage charge and consumer satisfaction
- Gallup Korea. 2001. “Census on Korean funeral” 2001. 4. <http://www.gallup.co.kr>
- Hyundai Research Institute. 2005. Aging Era, This kind of industry rises. Research Report
- Information Center of national laws. <http://www.law.go.kr>
- Jung YW, Lee EY. 2008. An exploratory study on the selection attributes of food courts through the conjoint analysis. *Korean J Culinary* 14:106-118
- Kang HY. 2011. An analysis on working wives’ use of HMR products developed by major companies and market shares through conjoint analysis. Master thesis, Yonsei Uni. Seoul
- Kim KJ, Park KY. 2007. Research on development concept of Korean restaurant through conjoint analysis focused on breakfast foodservice market. *Korean J Tourism Sciences* 31:319-336
- Kim SD. 2005. Funeral culture in contemporary urban area. *Korean J Folklore* 41:51-94
- Korea Consumer Agency. 2004. Investigation on perception and actual condition of funeral cultures. Press Release
- Korea Ministry of Government Legislation homepage <http://www.moleg.go.kr>
- Korean Gallup. 2001. Nationwide poll on the Korean Funerals. <http://www.gallup.co.kr>
- Lee GH. 2001. Social Science Research Methodology. pp.710-732. Bobmunsa

- Lee HY. 2004. Statistics of Pro. Lee HY. pp.394. Cheongram. Seoul
- Lee HY. 2008. Research Methodology. pp.455-456. Cheongram. Seoul
- Lee PD, Kim MH. 2009. A study of standard funeral service charge. *Health and Social Welfare Review* 29:98-125
- Lee PD, Park I, Song IJ, Park JS, Park HJ. 1999. Evaluation on the loan business in funeral services and charnel facilities. Korea Institute for Health and Social Affairs
- Lee WG, Ahn SS, Lee SB. 2005. A study on restaurant marketing strategy based on foreigners hotel restaurant selection attributes. *Korean J Hospitality Administration* 14:137-156
- Park BI. 2001. Study on content degrees to funeral home of user: Centering around S funeral home. Master thesis, Yonsei Uni. Seoul
- Park JS. 2002. The attitude of their job and death-related behavior among funeral directors in Gwangju. *Korean J Health and Medical Sociology* 12:173-199
- Park JS. 2003. A case study of the funeral space and method in urban area. *Korean J Asian Comparative Folklore* 25: 565-588
- Park MK, Kim CJ. 2006. Identifying the relative importance of service quality attribute for developing an operation proposal on hypothetical college foodservice approached to conjoint analysis. *Korean J Dietetic Association* 12:390-403
- Park MK, Yang IS, Yi BS, Kim HY, Kim YS, Lee SR. 2008. Derivation of school breakfast service operation proposal using conjoint analysis. The National Dietitian Symposium 2008
- Song HD. 2004. Funeral studies in Korea: Current state and new tasks. *Korean J Anthropology* 37:147-182
- Song HD. 2007. Potentiality and limit of funeral culture contents development. *Korean J Humanities Content* 9:409-427
- Yu BK. 2011. Research on funeral organization & cooperative aspect at villages in modern Korea. *Korean J Rural Sociological Society* 21:123-154

접 수 : 2014년 2월 14일
 최종수정 : 2014년 4월 13일
 채 택 : 2014년 4월 18일