

질적 연구를 활용한 위탁급식 고객, 급식관리자 및 경쟁자 환경요인과 삶의 질 개선요인 도출

이진용^{1,*} · 한경수²

¹성동구어린이급식관리지원센터, ²경기대학교 외식조리관리학과

Qualitative Research to Understand Environmental Factors of Customer, Foodservice Management, and Competitor and Factors that Improve Customer Quality of Life

Jin Young Lee^{1,*}, Kyung Soo Han²

¹SeongDong-Gu Center For Children's Foodservice Management

²Department of Foodservice and Culinary Management, Kyonggi University

Abstract

The objective of the current study was to analyze the major factors affecting quality of life improvement for contract foodservice customers by identifying the contract foodservice environment consisting of the customer, foodservice management, and competitor. Qualitative research method was performed on foodservice customers and foodservice management using in-depth interviews. First, the customer environment was classified into three categories, including convenience of location, foodservice management environment into six categories, including comfort level of dining facility, and competitor environment into three categories, including service competition between foodservice providers. Second, quality of life was defined as the level of contentment felt by both the customer and foodservice management consuming the food provided. Third, both the customer and foodservice management perceived that the management environment of contract foodservice had a "medium" effect on quality of customer life. The findings of this study could be applicable for development of a contract foodservice business strategy through objective comparative analysis of the customer, foodservice management, and competitor environments.

Key Words: Contract foodservice, quality of life, customer, foodservice management, competitor

1. 서 론

국내 위탁급식 산업은 2000년대 후반에 들어오면서 수익 창출을 위해 식자재 유통, 컨세션 사업, 중국진출 등 새로운 시장을 확보하기 위한 경쟁을 치열하게 하고 있다. 따라서 위탁급식 기업의 경쟁력 있는 전략을 수립하기 위해서는 효율적인 환경진단이 필요하며 Michael et al.(1998)은 호텔기업의 환경 분류에서 과업환경을 수요자, 공급자, 경쟁자, 법 제정자로 제시하였다.

Fang & Lee(2009)의 연구에서 음식관련 고객시장을 전통적인 고객, 모험적인 고객, 무관심한 고객, 영악한 고객으로 분류하는데 음식 신선도에 가장 큰 관심을 갖는 전통적인 고객은 새롭고 타 지역의 음식을 거부하며, 무관심한 고객은 거리적인 편리함을 첫 번째 고려사항으로 제시하였다. 반면 모험적인 고객은 유기농 음식과 새로운 레시피 시도 및 다

양한 맛을 선호하였다. 다양한 고객 환경의 변화에 따라 급식관리자 환경도 대응해야 하는데 위탁급식은 경영환경을 진단하고 분석하기 보다는 재계약 도래에 따른 고객사의 요구를 들어주고 원가절감하기에 급급한 실정이다.

국내 위탁급식 기업은 매출 증대 및 경쟁에서 우위를 차지하기 위해 대외적으로는 외식 사업 확장, 브랜드 인지도 가치 상승, 신 시장 개척 등이 요구되고 있으며, 내부적으로는 고객 충성도를 위한 특화 레시피 개발(ex: 저염·저당 레시피, 면역력 강화 레시피 등), HMR (Home Meal Replacement; 가정식 대체식품) 사업 진출, 마케팅 전문가 육성, 재계약 조건 개선 등이 요구된다.

위탁급식 기업의 수요자인 고객은 본인이 속한 기관이나 학교에서 매일매일 식사를 통해 개개인의 삶을 영위하고 있다. 해외 S사의 슬로건은 The Quality of Daily Life로 위탁급식의 사명은 음식을 제공하여 고객에게 포만감을 주는

*Corresponding author: Jin Young Lee, Seongdong-gu Center for Children's Foodservice Management, Hanyang Women's University, 200, Salgoji-gil, Seongdong-Gu, Seoul, 04763, Korea Tel: 82-2-2290-2197 Fax: 82-2-2290-2198 E-mail: hanil3881@hanmail.net

것이 아니라 고객 삶의 일부분으로서 삶의 질을 향상시키는 요소라는 새로운 관점을 제시하고 있다(http://www.sodexo.com 2015). 현대인은 급변하는 사회·경제적 환경으로 경쟁 사회에 속해 있고 새롭고 정확한 정보를 통해 삶의 질을 향상시키고자 한다.

삶의 질은 인간이 생존할 수 있는 복지정도가 아니라 심리적 편안함, 행복함을 느끼는 수준이므로 고객이 위탁급식의 음식을 섭취함으로써 즐거움과 최상의 만족감을 느낄 수 있어야 한다.

위탁급식의 경쟁자 환경은 직장인의 외식 선택 시 영향을 주는 요인으로 파악할 수 있는데 ‘외식기호 및 목적’, ‘관능적 요인’, ‘간식’, ‘편리함’, ‘비만에 대한 염려’의 요인 중 외식기호와 관능적 요인이 외식 선택 시 가장 영향력 있는 요인으로 분석되었으며, 건강에 좋은 음식, 가격에 대한 만족도가 높을 때 외식 선택에 만족을 느끼는 것으로 요구되고 있다(Kim 2004).

그러나 이러한 위탁급식 경영환경 분석은 직접적인 현상에 대한 분석이 아니라 고객 환경은 고객 라이프스타일 연구, 급식관리자 환경은 급식 속성 요인에 대한 연구, 경쟁자 환경은 외식기업의 고객 선택속성 연구로 간접적인 방법으로 파악하는 어려움이 있는 것으로 나타났다.

경영환경 분석에 관한 연구를 살펴보면 Kang & Ji(2003)은 서울지역 특1등급 호텔을 연구대상으로 환경특성인 동태성, 복잡성은 경영전략유형인 차별화전략, 원가우위전략에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하였다. Son & Park(2008)은 거시환경변화를 경제변수인 임금, 환율, 소비자물가지수와 계절성을 사용하여 호텔매출에 미치는 영향을 조사하였으며, 거시환경을 경제적, 정치·법률적, 사회·문화적, 과학·기술적 환경으로 구분하였다. Lee et al.(2005)는 한식 점포 환경특성 요인을 서비스 요인, 분위기 요인, 식음료 요인, 이벤트 요인으로 구분하였으며 서비스 요인, 식음료 요인이 서비스품질 중 종사원 서비스품질에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하였다.

식생활 관련 삶의 질의 연구는 Kim(2013)의 연구에서 싱글족의 식생활과 편의식품, 삶의 질에 대한 구조방정식 모형 분석 결과 식생활 유형이 삶의 질에 미치는 영향에 대해서는 식생활에서 편의추구형과 건강추구형은 삶의 질 전체에 모두 유의한 영향을 주는 것으로 고찰되었다. Park(2011)은 성격유형에 따른 감성지능, 심리적 웰빙, 직무성과 간의 관계에 관한 연구에서 호텔종사원의 감성지능은 심리적 웰빙에 유의한 영향을 주며, 심리적 웰빙은 직무성과에 유의한 영향을 주는 것으로 조사되었다. Jang & Yoon(2010)은 부산 지역 외식기업 이용 고객의 생활 만족이 삶의 질에 미치는 영향에서 개인적 성장, 자율성, 자아 수용 요소가 유의한 영향을 미친다고 하였다. Tung et al.(2011)은 관상동맥우회로 이식술 신진대사장애 환자에서의 음식패턴과 삶의 질 관계를 성별, 나이, 학력, 음식의 종류에 대한 변수의 상관관계를

분석하였는데, 건강하게 먹는 패턴은 육체적 상태, 정신적 상태, 전체적인 삶의 질에 커다란 영향을 주는 것으로 분석되었다.

이에 본 연구에서는 단체급식 중 가장 고객범위가 크고, 다양한 직종에 종사하는 기업의 내부직원 만족을 위해 복지 차원에서 제공하는 급식으로서 국가성장 및 기업 과 함께 발전되어온 산업체 급식을 대상으로 위탁급식 기업의 환경 구성 요소를 분석하고 고객, 급식관리자, 경쟁자 환경의 구성 차이를 파악하고자 하였다(Kim et al. 2010; Ko 2013). 이를 통하여 다양한 위탁급식 고객 욕구 내용이 효율적으로 만족되고 정서적 감동으로 확산될 수 있도록 고객 삶의 질에 미치는 영향을 살펴봄으로써 본 연구가 위탁급식 기업의 마케팅 도구로의 활용과 최종적으로는 경영환경 분석 개발 도구의 중요한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 위탁급식 경영환경요인을 살펴보기 위하여 2012년 매출액이 높은 상위 5개 위탁급식 기업 중 4개 기업의 서울 및 수도권 산업체 직군에서 급식을 1년 이상 이용한 고객과 2개 기업에서 3년 이상 급식관리 경력에 있는 급식관리자를 조사대상으로 선정하였다. 조사기간은 2012년 9월 18일부터 2012년 10월 30일까지(43일간) 실시하였으며, 조사대상의 기업명, 고객 및 급식관리자의 일반적 특성은<Table 1>에 나타내었다. 연구에 참여한 고객은 50대 1명, 40대 4명이었으며, 급식관리자는 30대 5명으로 급식관리 경력이 평균 약 10년 이상이었다. 기업명은 임의로 A에서 F까지 심층면접 순서로 정하였으며, 고객 및 급식관리자는 각자의 사적 정보를 보호하기 위하여 영문 알파벳으로 표시하였다<Table 1>.

2. 조사 방법

본 연구는 조사대상의 의견, 생각을 효과적으로 적용하기 위해 연구자가 정해놓은 최소한의 질문사항을 면접자의 응답에 따라 자유롭게 인터뷰하는 ‘심층면접기법(in-depth interview)’으로 수행하여 위탁급식 고객, 급식관리자 및 경쟁자 환경 요인을 분석하였다.

심층면접 질문 내용은 Michael et al.(1998), Kim & Song(2007), Kim & Yun(2008)의 연구를 근거로 하였으며, 분석 방법은 객관적인 사실의 기술내용을 분류하고 주제별로 연관성을 도출하여 내용의 빈도를 분석하고 재구성하는 내용 분석 방법을 사용하였다(Han & Lee 2011). 이러한 방법론에 근거하여 면접 내용은 위탁급식 경영환경에 대한 현황과 요인, 삶의 질의 개념, 위탁급식 경영환경 요인이 삶의 질에 미치는 영향에 대해 인터뷰 후 녹음하고 기술하여 자료를 범주화하고 이를 요약하여 주제를 도출하였다<Table 2>.

<Table 1> General characteristic of research subject

Participant	Age	Business & Industry	Location of a Business	The length of periods of		Date of an Interview	
				Contract Foodservice Management (Experience)	Interview Time (Hours)		
Customer	A	50 years of age	A	Gyeonggi-do	20 years	1.0	2012.09.28
	B	49 years of age	B	Gyeonggi-do	15 years	0.8	2012.09.29
	C	44 years of age	C	Seoul	10 years	0.8	2012.09.30
	D	44 years of age	C	Seoul	10 years	0.9	2012.10.10
	E	40 year of age	C	Seoul	6 years	1.0	2012.10.15
Foodservice Manager	F	38 years of age	E	Seoul	15 years	1.2	2012.09.18
	G	36 years of age	E	Gyeonggi-do	14 years	1.5	2012.09.25
	H	32 years of age	F	Seoul	13 years	1.2	2012.09.26
	J	34 years of age	F	Seoul	13 years	0.9	2012.09.12
	K	35 years of age	F	Seoul	12 years	0.8	2012.09.19

<Table 2> Items for in-depth interview

Item	Interview Questions
Factors in Contract Foodservice Environment	Please freely express your comment on factors and characteristics of contract foodservice environment.
Concept of the Quality of Life	Please express your comment on the definition of life quality.
Thinking on a Customer's Quality of Life consequent on Contract Foodservice Environment	Please freely give your comment on the influence of contract foodservice environment on a customer's quality of life.

III. 결과 및 고찰

1. 위탁급식 경영환경 요인

본 연구에서 위탁급식 경영환경 요인으로 고객과 급식관리자 공통적으로 편리한 입지, 고객의 웰빙 식생활 추구(고객의 웰빙 메뉴 선호), 식당 분위기 편안함, 메뉴의 다양화(메뉴 선택폭 확대 및 신메뉴 개발 경쟁격화)로 조사되었다. 이외에 고객은 식당 분위기 편안함, 불평에 대한 처리 미숙, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호를, 급식관리자는 급식의 외식화 요구, 식재비·인건비·경비 절감 강화, 음식 맛 관리, 추가적인 서비스 제공 요구, 위탁업체간 서비스 경쟁, 외식업체와 판촉경쟁으로 구분하여 분석되었다. 위탁급식 경영환경 구분을 위해 분석된 총 12가지 요인을 선행연구 고찰을 통해 편리한 입지, 급식의 외식화 요구, 고객의 웰빙 식생활 추구(고객의 웰빙 메뉴 선호)는 고객 환경으로, 식당 분위기 편안함, 식재비·인건비·경비 절감 강화, 음식 맛 관리, 메뉴의 다양화(메뉴 선택폭 확대 및 신메뉴개발 경쟁격화), 불평에 대한 처리 미숙, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호는 급식관리자 환경으로, 위탁급식 기업 간 서비스 경쟁, 외식기업과 판촉경쟁, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호는 경쟁자 환경으로 구분하였다(Cronin & Taylor 1992; Kim 2000; Han et al. 2004; Park et al. 2006; Park 2007; An & Moon 2008; Lee et al. 2008; Baek 2009) <Table 3>.

1) 고객 환경

위탁급식 고객 환경은 편리한 입지, 급식의 외식화 요구, 고객의 웰빙 식생활 추구(고객의 웰빙 메뉴 선호)의 3개 항목으로 분류하였다.

첫째, 편리한 입지에 대해서 대부분 응답자들은 위탁급식을 이용하는 이유가 가깝고, 이동하기 편리하여 개인시간을 사용할 수 있기 때문이라고 하였다. B는 “건물 안에 있기 때문에 점심시간을 최대한 활용할 수 있다는 장점이 있다”라고 하였다. C는 “구내식당은 외부 식당 보다는 가깝고 가장 큰 이유는 식권을 써야하기 때문이다”라고 하였다. F는 “회사 밖으로 나가려면 움직여야 하니까 이동하기 편리하고 저렴하게 이용할 수 있다”고 하였으며 G는 “편리성, 왜냐하면 같은 건물에 있기도 하고, 편리하기도 하다”라고 하였다. Han et al.(2004)는 ‘접근성, 가격경쟁력’이 대학급식의 서비스 선택속성에 높은 비중을 차지한다고 하였다.

둘째, 급식의 외식화 요구에서 응답자 중 급식관리자는 고객이 고급스러운 식기 및 급식 이외에 간식을 요청하는 등 위탁급식의 고급화, 전문화, 외식화를 요구하는 추세라고 하였다. F는 “최근 고객의 입맛이 고급스러워졌고 급식 2,500~3,000원 짜리 먹으면서 외식 5,000~6,000원의 음식의 질을 요구해요”라고 하였으며, 또한. H는 “고객 만족을 100% 만족시키려면 고급화된 고객 트렌드, 패턴, 경제상황 등이 고객 기호에 많이 영향을 미칠 거 같아요”라고 하였다. 공통적으로 고객은 외식소비의 발달과 먹거리 문화를 중요

<Table 3> Management environmental factor in contract foodservice

Classification	Environmental Factor	Customer	Foodservice Management
Customer Environment	Convenient Location	○	○
	Demand for Dining out of Foodservice		○
	A customer's pursuit of well-being food life (a customer's preference for well-being menu)	○	○
Foodservice management Environment	Comfortable restaurant atmosphere	○	
	Intensification of reduction in food ingredient cost, labor cost, and other expenses		○
	Foot taste management		○
	Diversification of Menu (Expansion of the range of menu choice & intensified competition for new menu development)	○	○
	Demand for additional service offer		○
	Unskilled handling of complaints	○	
Competitor Environment	Service Competition between Foodservice Businesses		○
	Competition with restaurant industry for Sales Promotion		○
	A Customer's high preference for the restaurant industry with high service quality	○	

시하는 추세로 인해 위탁급식의 외식화를 요구하고 있는 것으로 판단되었다.

셋째, 고객의 웰빙 식생활 추구에서 Lee et al.(2008)의 위탁급식 메뉴 만족도 조사연구 결과를 분석해보면 건강을 우려하여 웰빙 메뉴를 요구한다고 하였다. C는 “오래 사니까, 그걸 유지해주려면 가능하면 유기농 쪽으로 가야하지 않을까 해요”라고 하였으며, D는 “질적으로 평가해보면 인위적인 맛을 내는 것 같은 느낌이 드는데 이러한 불만을 잠재우기 위해서 질 보다는 양으로 덮으려는 게 아닌가 하는 느낌이 들 때가 있어요. 그러니까 앞으로 건강식에 더욱더 신경써야 하지 않을까요?”라고 하였다. H는 “요즘 건강을 생각하는 고객들이 많아요. 건강에 좋거나 맛이 있다고 하면 가격이 비싸도 맛 집을 찾아가는 것처럼 소비자가 식문화에 대한 욕구가 커졌으니까 거기에 맞춰서 구내식당도 변화되어야 하는 게 맞다고 봐요”라고 하였다. 고객과 급식관리자 모두 고객의 건강지향적인 웰빙 식생활 추구에 따른 급식서비스 변화를 제안하고 있었다.

2) 급식관리자 환경

급식관리자 환경은 식당 분위기 편안함, 식재비·인건비·경비 절감 강화, 음식 맛 관리, 메뉴의 다양화(메뉴 선택폭 확대 및 신메뉴 개발 경쟁격화), 불평에 대한 처리 미숙, 고객의 서비스품질이 높은 외식기업 선호의 6개 항목으로 분류되었다.

첫째, 식당 분위기 편안함은 위탁급식 공간의 경우 A와 B는 과거와 비교하여 깨끗하고 테이블로 변화를 주어 청결해보이긴 하지만 외부고객과의 비즈니스 공간으로 활용하기엔 부족하다는 의견이 조사되었다. Park(2007)은 급식 서비스 품질 요인 중 ‘식당의 분위기가 편안함’을 고객 만족도에 영향을 준다고 하였다. 위탁급식의 고객만족 향상과 외식기업과 비교하여 경쟁력을 보유하기 위해 비즈니스에 활용할 수 있

는 수준의 식당 공간 연출과 투자가 절실하다고 고찰되었다.

둘째, 식재비·인건비·경비 절감 강화에서 F는 “식재료비는 높아지지만 고객 요구사항이 높다 보니까, 손익을 개선하라는 본사의 지침이 많아지고 있어요”라고 하였으며, G, H, J, K 공통적으로 급식사업장 규모 축소, 지속적인 식재료비 인상을 반영, 위탁급식 기업의 외식 및 신사업 진출 등으로 인해 식재비·인건비·경비 절감을 강화하여 경영의 궁극적인 목적인 이익 극대화를 달성하고자 하는 것으로 조사되었다(Cronin & Taylor 1992).

셋째, 음식 맛 관리에서 G는 “특히 김치가 안 익으면 배식하지 않을 정도로 신경을 쓰죠, 오븐이 있어도 거의 달걀찜만 조리한다고 해서 2~3달에 한 번씩 교육을 다녀오면 음식 맛을 내는데 도움이 되죠”라고 하였으며, H는 “국물을 낼 때도 직접 육수를 내는 편이에요. 냉면을 조리할 때도 직접 물김치도 담그고, 고기육수도 수제로 많이 하죠. 수제비도 직접 손 반죽하고, 할 때마다 고객 반응이 좋아요”라고 응답하였다. 조리 시 가공식품을 사용하지 않고 직접 조리하여 육수를 만들고, 오븐교육을 실시하는 등 건강을 중요시하는 고객 환경 변화로 인해 음식품질 향상을 위해 노력하는 것으로 조사되었다.

넷째, 메뉴의 다양화는 위탁급식 기업의 경우 급식의 외식화, 신메뉴 개발을 통한 특화 소스 개발, 직화 조리법 메뉴 적용, 고객이 직접 참여하는 ‘셀프비빔밥’ 등을 제공하는 것으로 조사되었다. B는 “과거와 비교해서 특화 메뉴를 개발해서 일품 위주의 메뉴로 된 것이 차이점이다”라고 하였으며, F는 “급식이라면 싸고, 정형화된 급식 형태에서 탈피하지 못했는데 꼭 1식4찬에 김치포함해서 정형화된 메뉴로 구성해야 하는지 말씀을 하세요. 고객 입장에서 그렇게 변화를 요구하므로 저희도 급식을 외식답게 바꾸려고 하고 있죠”라고 하였다. Kim(2000)은 서울시내 고등학교 위탁급식 학생의 급식 만족도 조사 연구에서 ‘식단이 단조로워서’가 급식

을 먹지 않는 이유 중 하나로 제시하였다.

다섯째, 추가적인 서비스 제공 요구는 F, G, H의 의견을 취합한 결과 고객을 위해 조, 중, 석식 이외에 간식을 제공하거나, 식당에 회의실로 활용할 수 있는 공간을 마련하여 예약시스템으로 운영하는 것으로 조사되었다. F는 “고객사에서 조식을 못 먹은 직원들을 위해 빵이나 쿠키를 준비하여 9~10시에 먹게 해요”, G는 “식당에 룸이 있어서 예약을 하여 부서별로 모여서 식사도 하고 회의도 할 수 있는 장점이 있죠. 룸은 3개 있어요. 10명씩 30명 사용할 수 있어요”, H는 “고객사에서 회의실로 식당을 활용하겠다는 말을 하는데 업장마다 슬라이드, 빔 같은 거 준비해서 연회나 행사할 때 활용하기도 하죠”라고 하였다.

여섯째, 불평에 대한 처리 미숙에 대해서 An & Moon (2008)는 급식시설 유형별 IPA 조사 결과 병원과 산업체 직군에서 ‘고객 불만사항의 처리여부’에 대한 개선이 시급한 것으로 고찰되었는데 응답자 B는 “구내식당에서 설문조사를 많이 하는데 설문조사 전, 후가 변화가 거의 없죠”라고 하였으며, E는 “직원들이 좀 더 다양한 식단이 있었으면 하는데 물론 위탁급식 기업에서 설문조사도 하고 그러지만 이러한 직원들의 요구가 많이 받아들여지지 않는 거 같아요”라고 하였다. 따라서 위탁급식 기업의 의무적인 설문조사 실시가 오히려 고객에게는 신뢰감을 잃고 있는 것으로 판단되었다.

3) 경쟁자 환경

위탁급식 경쟁자 환경으로, 위탁급식 기업 간 서비스 경쟁, 외식기업과 판촉경쟁, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호의 3개 항목으로 분류하였다.

첫째, 위탁급식 기업 간 서비스 경쟁은 응답자들이 공통적으로 위탁급식의 서비스 과열 경쟁으로 인해 사업장에서는 반 조리 식품을 활용한 맛의 표준화, 기업 브랜드의 친환경 이미지 도입, 통합 기획 식자재를 사용한 원가절감을 시도하고 있는 것으로 조사되었다. G는 “A기업은 반 조리 식품을 많이 사용해서 맛의 표준화와 원가절감을 시도한다고 하더라고요”, H는 “B기업은 친환경 이미지가 크잖아요. 거기에 위탁급식을 적용시키는 거죠. C기업 같은 경우는 저염 식단, 로하스, 자연주의로 가요. C기업은 식단에 ‘C기업 삼색묵 무침, C기업 두부찌개’등 C기업 로고를 갈다가 붙이죠”, J는 “D기업은 월요일마다 기획자재라고 해서 매월 가격을 인하하여 그 식자재를 중점적으로 사용하도록 해서 원가절감을 하도록 하죠”라고 하였다.

둘째, 외식기업과 판촉촉진경쟁에서 응답자 H는 “구내식당 주위에 퓨전 음식점이 있는데 메뉴는 일품이고 가격대비 맛이 좋더라고요. 요즘은 고객들이 차가 있어서 멀더라도 다 찾아가잖아요. 주위에 예쁘고 맛있는 곳이 많이 생겨서 운영하기가 힘들어요”라고 하였으며, J는 “건물 지하 식당이 제일 가까우니까 경쟁이 많이 되요. 지하 식당 중에 식당 앞쪽에 아이스티, 커피를 무료로 먹을 수 있게, 종이컵까지 해

서 Take-Out 할 수 있게 준비 한 거요”라고 하였다. 외식기업은 분위기가 고급스럽고, 가격이 고단가지만 맛 부분에 있어서 고객 선택 시 우위를 차지하며, 후식제공, 쿠폰 등으로 위탁급식 기업과 경쟁하는 것으로 판단되었다. Park et al. (2006)의 연구에서 외식산업에서 상품의 생산과정뿐만 아니라 제공방법, 분위기 등이 매출에 커다란 영향을 미치는 것으로 고찰되었다.

셋째, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호에서 A는 “외부에 나가서 외식하는 경우는 특화된 메뉴가 좋아서 나가는 건데요”, B는 “회사 주변 외부 식당의 흥망성쇠가 일단 크고 지속적으로 맛을 유지해 주거나 고객 서비스가 강화된 식당들은 굉장히 붐비고, 한 번 갔을 때 맛과 서비스의 약간의 실수가 있었다든지 하면 거의 잘 안 가죠”라고 하였는데 외식기업은 특화 고정 메뉴 운영, 충성 고객에게 맞춰진 지속적인 맛 유지, 고품질의 서비스가 강화되어 있는 것으로 조사되었다. Baek(2009)은 단체급식 고객의 서비스품질에 대한 요구도가 증가되고 있으며 산업체 급식 시설의 관리자는 종사자의 의견을 존중하고 창의력을 발휘하여 도움을 주는 서번트 리더십 유형이 필요하다고 하였다.

2. 급식과 삶의 질 관계

본 연구에서 고객과 급식관리자 공통적으로 양질의 급식을 섭취하며 행복감을 느끼는 정도로 나타났으며, 차이점은 고객은 편안한 환경에서 건강한 만족감 정도, 양질의 음식을 맛있게 먹는 것, 급식관리자는 경제적으로 풍족한 것, 평온한 분위기에서 식사가 여유롭고 즐거운 상태가 삶의 질과 연결된다고 생각하는 것으로 분석되었다<Table 4>.

A는 “행복감 정도, 막연한데 일단 얼마나 편안한지 정신적으로 육체적으로 얼마나 만족하느냐 만족감 정도라고 생각해요”, B는 “식사를 하는 장소에서 삶의 질이란 편안한 환경, 고급스러운 내부 인테리어, 좋은 서비스 그런 게 다 구색이 맞추어 진다면 점심 한 끼지만 굉장한 행복한 좋은 시간이 되지 않을까 생각 합니다”라고 하였으며, G는 “식사를 포함해서 본인의 일이 행복한 것이라는 의미 아닐까요. 본인이 행복해야지 밥만 맛있다고 행복해 지진 않을 거 같아요”, H는 “경제적으로 윤택한 상황이죠. 왜냐하면 만 원짜리 식사를 하고 싶어도 경제적인 상황이 안 되면 2천원에 파는 라면을 먹어야 하니까 경제적인 게 가장 많이 영향을 주겠죠”, J는 “여유롭고 식사가 즐거워 만족한 상태이죠”라고 하였다. 삶의 질이란 삶에 대한 만족감, 행복감 또는 성취감으로 개인의 신체적 건강, 심리적 안녕과 자립, 경제력 등을 포함한다(Bowling et al. 2002; Kim et al. 2012).

3. 위탁급식 고객, 급식관리자, 경쟁자 환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향

본 연구에서 위탁급식 고객, 급식관리자 경쟁자 환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향 정도를 고객, 급식관리자 공통적

<Table 4> Relationship of quality of life in foodservice

Customer	Foodservice Management
Level of feeling euphoria	A customer's ingestion of good quality foodservice
Level of sound satisfaction in comfortable environment	The very customer's business is a happy thing.
They perceive enjoying good quality food as being linked to quality of life.	What is affluent economically A state of having meals leisurely and delightfully in a peaceful atmosphere

<Table 5> Influence of customer, foodservice management and competitor environment on quality of customer's life in contract foodservice

Customer		Foodservice Management	
Influence	Perceived it as somewhat intermediate	Influence	Perceived it somewhat intermediate
Reason	It doesn't get better greatly in comparison with dining out	Reason	Standardized Foodservice Offer A customer level of a client company
	Thinking of having foodservice as making do with lunch rather than quality of life		Non-selection Menu Offer Deficiency in Restaurant Space

으로 ‘중간’ 정도로 인식하는 것으로 분석되었다<Table 5>. A는 “급식은 많은 사람들의 평균 입맛을 맞춰야 하기 때문에 최상이 되기는 어려울 거 같아요”, B는 “구내식당을 이용해 본 결과 과거보다는 나아지고 있지만, 외식 쪽과 비교해서도 주위 빌딩 보다는 낮지만 크게 만족할 정도는 아니고, 보통 정도이거든요”, C는 “지금은 삶의 질 보다는 점심을 때운다고 생각하고 있는 거 같아요. 급식 수준은 중하정도. 그런데 점점 먹는 거 하나에 따라 만족감이나 행복감을 느끼는 추세이긴 하나까 가능한 한 음식을 즐겁게, 맛있게 먹을 수 있다면 내가 그만큼 행복해지고, 내가 행복해지면 그 만큼 내 일이 잘 될 거구. 또 내 일이 잘되면 내 가정이 행복해지니까. 그럼 내가 여유를 가지게 되고 에너지 충전이 돼서 다음 일을 잘 할 수 있게 되는, 그러니까 ‘선순환’, ‘시너지’ 이런 말도 쓸 수 있을 거 같아요”라고 하였다. 고객은 위탁급식이 외식과 비교해서 크게 나아지는 것도 아니고, 삶의 질 보다는 점심을 때운다는 생각을 하는 것으로 조사되었는데 위탁급식 기업은 고객 삶의 질 향상을 위해 마케팅과 운영 전략을 변형해야 할 것으로 판단되었다.

Cong & Lydia(2011)은 음식구매자를 대상으로 건강 믿음(HB, Health Belief) 모델, 음식관련 생활스타일(FRL, Food related Lifestyle) 모델을 이용하여 조사대상자를 합리적인(rational), 모험적인(adventurous), 부주의한(careless) 그룹과 보수적이고(conservation) 무관심한(uninvolved) 그룹으로 분류하였다. 그룹별 특징을 분석한 결과 음식에 대한 생각이 본 연구 결과와 유사한 소득, 건강문제, 환경문제와 상관관계가 있는 것으로 고찰되었다.

G는 “고객의 삶의 질은 밥 제공뿐만 아니라 환경과 사회적 관계가 중요하다고 생각 되요”, H는 “위탁급식의 삶의 질은 위탁급식이 운영되고 있는 고객사의 고객 수준에 따라 틀려질 거 같아요. 제 생각에 고위공무원의 경우 여기 영화사 업체나 작가들 보다는 삶의 질이 높겠죠”, J는 “급식에 대한 삶의 질이 중간 정도로 추측하게 되는 이유는 단일식단을 운영

하다 보니까 복수식단을 운영하는 사업장 보다는 삶의 질이 떨어지지 않을까 생각 되요“, K는 “식사를 고객들이 원하는 대로 외식분위기로 단체급식 틀을 벗어나야 하는데 아직까지 그렇게 하긴 어려우니까요”라고 하였다. 급식관리자는 정형화된 급식 제공, 고객사의 고객 수준, 단일식단 제공, 식당 공간 부족이 삶의 질을 저하한다고 생각하는 것으로 분석되었다. 급식관리자는 고객 삶의 질 향상을 위해 음식 서비스 품질을 높이고 메뉴, 식당 공간 및 시설 수준을 향상시켜야 하며, 특히 음식의 품질은 맛, 향, 질감, 온도의 다양한 요인을 고려하여 유지되어야 한다고 사료되었다(Anadaleeb & Caskey 2007; Kwun & Oh 2007; Kim et al. 2009).

IV. 요약 및 결론

위탁급식 산업이 발전하면서 단순히 서비스 품질을 높여 고객만족을 주는 것에서 탈피하여 삶의 질을 높이고자 위탁급식 기업의 경영환경 구성 요소를 분석하고 고객, 급식관리자, 경쟁자 환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향을 조사하였다. 이를 위해 고객과 급식관리자를 대상으로 심층면접을 실시하였으며, 본 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 위탁급식 경영환경 요소는 고객, 급식관리자, 경쟁자 3가지 환경으로 분류하였는데, 세부적으로 편리한 입지, 급식의 외식화 요구, 고객의 웰빙 식생활 추구(고객의 웰빙 메뉴 선호)의 3개 항목은 고객 환경으로 식당 분위기 편안함, 식재비·인건비·경비 절감 강화, 음식 맛 관리, 메뉴의 다양화(메뉴 선택폭 확대 및 신메뉴 개발 경쟁격화), 불평에 대한 처리 미숙, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호의 6개 항목은 급식관리자 환경으로, 위탁급식 기업 간 서비스 경쟁, 외식기업과 판촉경쟁, 고객의 서비스품질 높은 외식기업 선호의 3개 항목은 경쟁자 환경으로 분류하였다. 고객환경은 Kim et al.(2007)의 연구에서 대학생의 식생활라이프스타일에 따른 레스토랑 선택에 있어서 건강 추구형의 경우 지리

적인 접근성, 서비스와 메뉴, 가격 측면을 선택속성으로 나타낸다는 유사한 결과를 도출하였다. 급식관리자 환경은 Yoo & Ha(2006)의 연구에서 고객이 지각하는 메뉴가격, 인적서비스 및 분위기, 메뉴품질이 고객의 재방문에 영향을 준다고 하였다. 경쟁자 환경은 Namkung & Jang(2007)의 연구에서 음식의 맛과 외관이 외식기업 레스토랑 고객만족과 재방문에 영향을 주는 것으로 고찰되었다.

둘째, 삶의 질 정의는 고객과 급식관리자 공통적으로 양질의 급식을 섭취하며 행복감을 느끼는 정도로 나타났으며, 차이점은 고객은 편안한 환경에서 건강한 만족감 정도, 양질의 음식을 맛있게 먹는 것, 영양사는 경제적으로 풍족한 것, 평온한 분위기에서 식사가 여유롭고 즐거운 상태가 삶의 질과 연결된다고 생각하는 것으로 나타났다. Kwon et al.(2013)의 연구를 살펴보면 삶의 질의 변수를 ‘일상생활 평가’, ‘건강상태 만족정도’, ‘영양섭취 만족도’ 등으로 분석한 결과 조사대상자의 삶의 만족도는 보통 이상으로 평가되었다.

셋째, 위탁급식의 경영환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향 정도를 고객, 급식관리자 모두 ‘중간’ 정도라고 조사되었는데 그 이유는 고객은 외식과 비교해서 크게 나아지는 것도 아니고, 삶의 질 보다는 짐झ끼니를 해결한다는 생각을 하는 것이라고 하였고, 급식관리자의 경우 정형화된 급식 제공, 고객사의 고객 수준, 단일식단 제공, 식당 공간 부족을 그 이유로 판단하는 것으로 분석되었다. Ahn(2005)는 환경 중심적 인식론, 인간과 환경의 상호작용 중심적 인식론, 인간중심적 인식론으로 삶의 질에 대한 인식을 구분하였는데, 개인 삶의 질은 환경에 의해 영향을 받는 만큼 환경을 변화시킴으로써 삶의 질을 긍정적으로 변화시킬 수 있는 환경 중심론 인식론을 소비자 환경에서의 주요 개념으로 제시하였다. 따라서, 위탁급식 기업 및 외식기업 간 치열한 경쟁과 고객의 라이프스타일 변화, 고객 입맛의 고급화·외식화, 신사업 진출 등에 따라 위탁급식 마케팅 전략과 운영방법, 경영형태의 변화가 필요한 것으로 판단되었다.

본 연구의 시사점으로는 첫째, 위탁급식 경영환경 요소를 고객, 급식관리자, 경쟁자 환경으로 구분하여 고객의 삶의 질에 영향을 미치는 요인을 분석하였다는 것에 의의가 있으며 고객 성향 파악에 따른 고객 환경, 위탁급식 기업 내부자인 급식관리자 환경, 외식기업인 경쟁자 환경의 객관적인 비교 분석을 통해 위탁급식 경영전략 제언이 가능하다는 것이다.

둘째, 위탁급식 기업에서의 실무적 사업전략으로 건강 메뉴 개발 및 건강관리 프로그램을 시행하여 고객 삶의 질과 관련된 마케팅을 지속적으로 실시해야 하고 편리성을 추구하는 고객의 라이프스타일을 고려하여 급식의 Eat-Out 도입을 확대하여야 한다. 식사를 구내식당 안에서만 먹어야 한다는 고정관념을 탈피할 필요가 있으며 단가를 고려한 Eat-Out 특화메뉴를 개발한다면 매출상승에도 기여할 수 있을 것이다. 이를 위해 Eat-out 전용 포장방법, 조리방법 및 판매전략 제시가 필요할 것이다.

셋째, Kong et al.(2013)의 연구에서 위탁급식 서비스 품질 요인 중 고객만족은 ‘특별식, 선호 메뉴의 선택, 음식의 맛’ 순서로 나타났으며, 고객 불만족은 ‘음식의 질, 신속대처, 음식의 맛’ 순서로 조사되었다. 따라서 고객만족도를 높이기 위해 외식기업과 패스트푸드점에서 운영하는 음식의 조리, 식품 선택, 1인량 관련하여 Order 주문제 도입을 제안하고자 한다. 한편 위탁급식 기업 내에 고객 품질 경영팀, CS팀을 운영하여 고객의 불만족을 즉시 해결하고 주기적인 설문조사를 실시하여 분석함으로써 마케팅 전략에 긴밀하게 반영하여야 충성 고객을 확보할 수 있다.

넷째, 기업의 경영환경 분석은 경영학, 마케팅, 관광 분야, 삶의 질은 의학, 보건학, 사회복지학 분야에서 주로 연구되었는데 이를 위탁급식 분야에 도입하여 결과를 제시하였으며 급식분야에 삶의 질에 연구를 도입하는 기초 연구로 활용할 수 있다는 점이다. 단, 본 연구는 심층면접의 대상을 위탁급식 고객 5명, 급식관리자 5명으로 제한하여 진행하였는데 분석결과를 일반화하기에는 면접대상자 수가 적으며, 추후 연구에는 전문가 의견 파악을 위해 포커스 그룹 인터뷰 등 연구방법을 추가하여 수행하여야 할 것이다.

References

- Ahn SH. 2005. An Integrative Approach to the Study of ‘Quality of Life’ and Social Dimensions of Consumption Environmental Quality from the Social Systems Perspective. *J. Korean Soc. Qual. Manag.*, 33(2):51-63
- An JH, Moon HK. 2008. Comparison of Customer Satisfaction by Type of Foodservices in a Contract Foodservice Company. *J. Korean Diet. Assoc.*, 14(2):114-126
- Andaleeb SS, Caskey A. 2007. Satisfaction with food service insights from a college cafeteria. *J. Foodserv. Bus. Res.*, 10(2):51-65
- Baek OH. 2009. A Study on the structural relationship between job satisfaction factors of employees and service quality according to manager’ leadership types institutional foodservice. Doctoral degree thesis, Chung-Ang University, Korea, pp 47-80
- Bowling A, Banister D, Goh BK. 2002. A multidimensional model of the quality of life in older age. *Aging Ment. Health*, 6(4):355-371
- Cong N, Lydia Z. 2011. Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite*, 57(1):28-37
- Cronin Jr JJ, Taylor SA. 1992. Measuring service quality: a reexamination and extension. *J. Mark.*, pp 55-68
- Fang CH, Lee HJ. 2009. Food-Related Lifestyle Segments in Taiwan: Application of the Food-Related Lifestyle Instrument. *Am. J. Appl. Sci.*, 6(12):2036-2042
- Han KS, Lee JY. 2011. The Content Analysis of the Korean Food

- Menu Naming Standard. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 26(6):629-640
- Han MJ, Yoon YJ, Kim NY, Yoo YH. 2004. Satisfaction of Meal and Service Quality in University Foodservice Institutions. *Korean J. Soc. Food Cook. Sci.*, 20(6):545-552
- Jang BJ, Yoon DG. 2010. A study on the Effect of Life Satisfaction of Customers on their Quality of Life in the Food Service Industry. *Korean J. Culin. Res.*, 16(5):14-24
- Kang IS, Ji KW. 2003. The Impact of Environment's Dynamism and Complexity on Management Strategy for Competitive Advantage in Hotel Industry. *J. Tour. Manag. Res.*, 7(3):1-20
- Kim BR. 2013. Structural relations of Convenience Food Satisfaction and Quality of Life According to Dietary style. -Focusing on Singles in Metropolitan Area of Korea, Japan and China-. Doctoral degree thesis, Sookmyung Women's University, Korea, pp 180-186
- Kim CO, Song WG. 2007. The Effect of Tourist Experience on Tourist Satisfaction and Quality of Life: Case of Non-institutionalized Domestic Tourists. *Tour. Study*, 21(4):23-41
- Kim CW, Seo HS, Lee TS. 2012. A Study on perceived of festival impacts factor on Residents' Quality of Life. *Tour. Study*, 26(6):119-139
- Kim JR, Yun YS. 2008. Study on quality of life and the Hotel Employees. *J. Tour. Serv. Res.*, 8(1):177-196
- Kim MJ, Jung HS, Yoon HH. 2007. A Study on the Relationships between Food-related Lifestyle of Undergraduates and the Restaurant Selection Attribute. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 22(2):210-217
- Kim HY, Lee YS, Ko SH. 2010. Institutional Food service [최신 단채급식]. Hyoil Publishing, Seoul, Korea, pp 19-22
- Kim SY. 2004. Factors Influencing Salaried Employees' Choice of a Restaurant in JinJu. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 19(1):83-93
- Kim WG. 2000. Investigation of Student Satisfaction for High School Contract Foodservice in Seoul. *J. Tour. Sci.*, 23(2):189-206
- Kim WG, Ng CY, Kim YS. 2009. Influence of institutional DINESERV on customer satisfaction, return intention, and word-of-mouth. *Int. J. Hosp. Manag.*, 28(1):10-17
- Ko SH. 2013. A survey on customers' importance-performance of service qualities when using an cafeteria and outside restaurant in some company cafeteria. *Korean J. Food Cook. Sci.*, 29(1):73-79
- Kong TW, Kim KJ, Park KY. 2013. A Study on Service Quality of Institutional Foodservice by the Kano Model. *J. Foodserv. Manag.*, 16(1):179-197
- Kwon JE, Park HJ, Lim HS, Chyun JH. 2013. The Relationships of Dietary Behavior, Food Intake, and Life Satisfaction with Family Meal Frequency in Middle School Students. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 28(3):272-281
- Kwon DJ, Oh H. 2007. Past experience and self-image in fine dining intentions. *J. Foodserv. Bus. Res.*, 9(4):3-23
- Lee GR, Yoo YJ, Park GS. 2005. A Study of the Effect of Environmental Characteristics on Overall Service Quality, and Repurchase Intentions in Korean Foodservice Firms. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 20(6):661-667
- Lee HY, Ahn SJ, Yang IS. 2008. Case Study of Menu Satisfaction Index in Business & Industry Food Service. *J. Korean Soc. Food Sd. Nutr.*, 37(11):1443-1451
- Michael O, Joseoh W, Eliza T. 1998. Strategic Management in the Hospitality Industry, 2/E. In: Kim KH editor. 1999. BaekSan Publishing, Kyounggido, Korea, pp 73-132
- Namkung Y, Jang S. 2007. Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *J. Hosp. Tour. Res.*, 31(3):87-409
- Park KY, Ahn SS, Chung KY. 2006. A Study on Restaurant Positioning Strategy Using Multi-Dimensional Scaling (MDS). *J. Foodserv. Manag.*, 9(4):93-115
- Park MS. 2011. A study on causal relationship among personality traits, emotional intelligence, psychological well-being and Job performance: focused on hotel employees in Seoul. Doctoral degree thesis, Kyung Hee University, Korea, pp 94-99
- Park MK. 2007. Identifying the Effect of Service Quality Attributes on an Overall Customer satisfaction by the Foodservice Type and the Contract Management Company (CMC) Scale. *J. Korean Diet. Assoc.*, 13(2):138-156
- Son EH, Park DB. 2008. The Influences of Changes in Macro-Environments on Hotel Sales: Cases of Deluxe Hotels in Gyeongju City. *Korean Soc. Community Living Sci.*, 19(4):697-706
- Tung HH, Tseng LH, Wei J, Lin CH, Wang TJ, Liang SY. 2011. Food pattern and quality of life in metabolic syndrome patients who underwent coronary artery bypass grafting in Taiwan. *Eur J. Cardiovasc. Nurs.*, 10(4):205-212
- Yoo YJ, Ha DH. 2006. The Effects of Menu Price, Human Service, Amenity, Menu Quality on Menu Value and Revisit Intention. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 21(3):247-253
- Quality of life services, Available from:<http://www.sodexo.com/> [accessed 2015.10.14]