

위탁급식 고객, 급식관리자 및 경쟁자 환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향

이진용^{1,*} · 한경수²

¹성동구어린이급식관리지원센터, ²경기대학교 외식조리관리학과

Influence of Customer, Foodservice Management and Competitor Environment on Quality of Customer's Life in Contract Foodservice

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 goal of the current study was to analyze major factors for improvement of quality of life in contract foodservice customers. This study investigated how characteristics of customers, foodservice management, and competitors differ in different contract foodservice business environments in order to understand increasing concerns over health, in-house working, and the environment, which are directly connected to work and life satisfaction and company profits. For the foodservice business environment, this study classified environmental factors reported by Duncan (1972) into three factors: customer environment, foodservice management environment, and competitor environment. Multi-regression analysis was conducted on quality of life using the Korean version of the WHO Quality of Life Scale Abbreviated Version (WHOQOL-BREF). Sub-factors of the contract foodservice business environment included foodservice management environment, customer environment, and competitor environment in the order of importance. The results indicate that the foodservice management environment of the company or organization where the customer is employed has the most substantial influence on quality of customer life.

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

1. 서 론

최근 실리콘 밸리 기업들은 능력이 뛰어난 직원들의 이직률을 낮추기 위해 높은 연봉과 스톡옵션, 보너스 및 사내 복지 프로그램과 함께 맛있는 식사를 제공하고 있다(Lee 2015). 특히 미국 IT기업 구글(Google)과 썬(SAS Institute)은 직원복지가 기업성과 직결된다는 경영철학의 영향으로 직원은 물론 직원가족까지 무료로 구내식당을 운영하고 있는데, 고품질의 유기농 식단을 한국, 태국, 이탈리아, 일본식 등 뷔페 스타일로 제공하고 있다(Song 2011). 수명 연장에 따른 건강에 대한 관심 증가, 성인병 예방을 위한 저염·저당식단 선호 등 몸을 튼튼하게 하고 행복 만족감을 중시하는 소비 성향에 맞춘 위탁급식의 성장을 위해서는 창의적인 기업 운영 전략을 수립할 필요가 있다.

2014년 기준 위탁급식 국내 6개 대기업의 매출규모는 약 7조억원 이상의 규모로, 2006년 위생 사고로 인한 학교급식

직영화에 따라 CJ프레시웨이(주), 신세계푸드(주)등의 매출이 하락하였으나 1999년부터 2011년까지 대규모 위탁급식 기업의 재무지표 및 수익구조가 상승하는 추이를 보이며 이는 지속적인 환경변화에 따라 사업다각화나 신사업 추진 등 경영방법을 달리하여 유연하게 대처하고 있음으로 분석하였다(Park 2012). 반면, 급식과 외식의 경계 모호, 위탁급식 업체간 M&A 추진, 해외사업 진출, 식재유통 경쟁과다, 원가절감 등 위탁급식을 둘러싼 경영환경은 치열하고 어렵게 변화되고 있는 것이 현실이다.

2000년대에 삶의 질적 요구도가 제기되면서 학문적 관심과 실질적 열망이 높아지기 시작하였는데 삶의 질(Quality of Life)이란 주관적인 웰빙(subject well-being)이 높은 삶을 뜻하는데 주관적인 웰빙(subject well-being)이란 사회 구성원이 삶의 환경을 어떻게 판단하며 어떠한 감정적 측면을 가지는가를 뜻한다(Kim & Cho 2000; Cha 2004). Lee(2000)의 연구에서는 삶에 대한 안녕과 만족감을 판단하는 정도이

*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: hani13881@hanmail.net

며 개인이 자신을 삶을 긍정적으로 평가하고 인지하는 상태라고 하였다.

최근 위탁급식은 식사를 해결하는 1차적 생리 욕구뿐만 아니라 고객의 건강향상, 복지 증진, 쾌적한 문화 공간 등 고차원적인 사회적·문화적 욕구를 해결하는 수준으로 발전하고 있다(Kim & Song 2002). 반면 위탁급식 재계약시 업체 교체 사유 중 가장 큰 영향을 미치는 것은 고객만족도로 조사되었다(Chun et al. 2015). 따라서 위탁급식을 이용하면서 고객이 충분한 만족과 기쁨을 지속적으로 충족하여 삶의 질을 향상시키는 매우 어려운 일이다.

급·외식관련 삶의 질 연구를 살펴보면 Hoffmann(2008)의 연구에서 음식 선택과 식사 패턴에 있어서 삶의 질은 개인이 실질적으로 사는 환경 조건의 영향을 받는다고 하였으며, Sulek & Hensley(2004)는 미국 남동부에 있는 full-service 레스토랑을 대상으로 음식 품질, 분위기, 공정한 좌석 배치가 고객만족과 삶의 질에 영향을 주는 것으로 분석되었으며 특히 건강 메뉴 항목에 관심이 높다고 하였다. Won et al. (2006)은 삶의 질 향상 기본 조건이 건강이며 건강은 식생활과 직접적으로 연관이 있기 때문에 삶의 질 향상을 위해서 식생활관련 연구를 진행해야 한다고 하였으며, 식생활측정을 3끼 식사 여부, 반찬 수, 식사시간, 식사량, 식사를 함께하는 가족 수, 간식 등을 조사하였다.

Choi et al.(2009)는 기숙사 급식을 품질 만족도와 피급식자의 주관적 삶의 질 수준 관련성을 조사한 결과 특히 영양요인이 삶의 질과의 관련성이 높은 것으로 분석하였으며, Lee et al.(2012)는 갱년기 여성의 식품군별 섭취패턴에 따른 삶의 질 연구에서 기초 식품군을 모두 섭취한 대상이 갱년기 증상 및 삶의 질이 양호한 것으로 조사되었다. 그러나 위탁급식 경영환경에 따른 고객 삶의 질에 미치는 연구는 미비한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 산업체 급식을 제공받는 구성원들을 대상으로 급변하는 위탁급식 경영환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향을 파악하여 고객의 삶의 질을 향상 시킬 수 있는 주요한 요인을 분석하고 위탁급식과 고객 삶의 질 연관성의 연구 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상은 위탁급식 고객이며, 설문조사를 위해 조사대상의 표본은 단순무선표집법(simple random sampling)으로 추출하였다. 표본 추출절차는 위탁급식 A기업의 서울 및 수도권 산업체 직군 총 61개 사업장의 10%인 6개 사업장을 난수표를 활용하여 무작위로 선정하였다. 본 연구에서 산업체 직군을 대상으로 선택한 이유는 회사 조직의 생산성 향상 및 이익 증대를 위해 근로자의 건강증진과 삶의 질 향상을 도모하기 위한 중요성이 인식되는 직군이라고

판단되었기 때문이다(Kim & Song 2002).

조사기간은 2013년 1월 24일부터 2월 7일까지(15일간) 각 120부씩 배포하였다. 식수가 가장 많은 점심식사 시간을 이용하여 설문조사를 실시하였으며 총 720부 중 총 640부가 회수되었고 불성실한 14부를 제외하여, 총 626부의 설문 연구에 사용되었다.

2. 조사내용

기업 경영환경은 거시(remote), 과업(task), 산업(industrial), 기업(firm) 및 기능(functional) 환경으로 분류할 수 있다(Han et al. 2011). 이 중 과업환경이란 '시장과 고객의 행위, 산업 구조, 경쟁사, 법제정자, 공급자 등으로 구분되는데, 기업의 의사결정 및 경영전략 수립에 직접적인 영향을 준다'라고 하였다(Michael et al. 1998).

과업환경의 요인을 Duncan(1972)은 소비자, 공급자, 경쟁자, 사회·정치, 기술 환경으로 Jee & Lee(1995)는 수요자, 공급자, 경쟁자, 규제집단으로 구분하였다. 선행연구에서 중복되어 조사된 과업환경 요인 중 본 연구에서는 Duncan(1972)의 소비자를 위탁급식을 이용하는 '고객'으로, 공급자는 고객에게 위탁급식을 제공하는 '급식관리자'로, 경쟁자는 위탁급식 주변 외식기업인 '경쟁자'로 정의하여 고객 삶의 질에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 하였다.

본 연구의 설문은 대상고객의 일반적 사항 7문항으로 성별, 연령, 최종학력, 결혼여부, 직업, 종교, 월 평균 수입을 조사하였으며, 고객 환경 26문항, 급식관리자 환경 25문항, 경쟁자 환경 26문항, 삶의 질 25문항 총 109문항으로 구성하였다. 본 연구의 변수는 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였다.

1) 고객 환경

위탁급식 경영에서 고객 환경을 파악하고, 분석하는 것은 고객을 충성고객으로 유도하는 중요한 요소이다. Duncan(1972)은 고객 환경의 세부요소를 제품·서비스 유통, 제품이나 서비스의 실제 사용자로 구분하였다.

본 연구에서 고객 환경 중 경제적 환경은 Jee(1995), Kim(2006)의 연구를 참조하여 경제적 생활만족으로, 정치적 환경은 Han(2003)의 연구에서 위생관련·안전관련 규제조치에 대한 인식으로 측정하였다.

Hong(2011)의 연구에서 외식산업주기에 영향을 주는 거시적 환경을 정치적 환경(국내외 정치환경, 정부정책, 규제), 경제적 환경(경기 동향, 물가, 소득, 경상수지), 사회적 환경(인구통계학적 변화), 문화적 환경(세대별 가치관, 풍속, 종교), 기술적 환경(산업분야에 영향을 미치는 기술적 변화)로 측정하였으며, Han(2003)의 연구에서 외식사업의 과업환경은 메뉴개발과 체인점 대두, 고객의 성향변화, 경쟁자, 종사자의 성향변화, 규제조치로 요인분석 하였으며 고객의 성향 변화만 경영전략에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이상의 선행연구를 통하여 사회문화적 환경과 식생활 라이프

스타일 변화가 영향관계가 있다고 판단하였으며 Park et al.(2003), Annet et al.(2004), Karen et al.(2004), Baek & Seo(2007), Sul et al.(2007), Kim(2009), An(2010), Kim & Kim(2010), Douglas et al.(2011), Klaus et al.(2011)를 참고하여 건강고려, 자연·친환경·유기농 선호, 메뉴 다양성, 음식이 맛있는 집 선호, 영양가 고려, 반조리 식품 선호, 간식이나 군것질을 즐김, 광고에 대한 태도 민감, 가격기준에 민감, 쇼핑목록을 가지고 쇼핑 함, 식품 구매 시 신선도 고려, 요리에 참여, 요리는 여성의 일, 자기실현을 위해 구매, 구매시 안전 고려로 측정하였다.

생태적 환경은 Chung & Oh(1999), Lee(2003)의 연구를 토대로 기업의 환경문제에 대한 인식으로, 기술적 환경은 Jee(1995), Michael et al.(1998), Woo(2000)의 연구에서 상품구매 결정 과정에서의 기술적 도구에 대한 의존도(ex: 인터넷 활용, 정보 활용)으로 측정하였다.

2) 급식관리자 환경

위탁급식은 기관 급식을 계약에 의해 수주하여 제공하게 되므로 급식관리자 환경은 재계약에 대한 고객만족에 중요한 부분을 차지한다. Duncan(1972)은 공급자 환경을 새로운 재료, 장비, 제품 부품 공급자 및 인력 공급자로 구분하였다.

본 연구에서 급식관리자 환경 중 경제적 환경은 Jee(1995), Kim(2006)의 연구를 참조하여 재무능력, 인사조직 능력으로, 정치적 환경은 Han(2003)의 연구에서 위생관련·안전관련 규제조치로 측정하였다.

Jee & Lee(1995)는 과업환경 중 공급자 환경요소가 변동성은 상품수명 주기, 신상품 출현빈도, 상품의 질 변화, 기술혁신(C.R.S), 복잡성은 판매경로의 복잡성, 상품개발 과정, 시장구조, 기술습득(C.R.S), 예약·수배, 성장성은 업체 수 증가, 매출액 증가, 부가가치 증가, 시장 점유율, 경쟁성은 가격 하락, 기능세분화, 여행정보로 정의하였으며, 이 중 변동성은 공격형 전략에 가장 큰 영향력을 갖는 것으로 조사되었다. Lee(2001)는 외부환경 분석에서 거시적 환경은 경제적 환경(경제성장률, 이자율등), 기술적 환경, 사회적 환경(경제수준의 고급화, 사회문화의 발전 등), 인구통계적 환경(연령 및 소득의 분포, 교육수준 등), 정치 및 법적 환경(규제조치 등), 국제적 환경(시장점유율 감소 등)로 분류하였고, 산업 환경은 잠재적 경쟁자, 기존경쟁자, 수요자 교섭력 등의 경영환경의 변수 요인을 제시하였다. 이상의 선행연구를 통하여 사회문화적 환경과 위탁급식 상품의 질 변화 즉, 급식 서비스 품질과 영향관계가 있다고 판단하였으며 Mary & Martha(1998), Mary(2000), Wonjae et al.(2000), Capra et al.(2005), Kwun(2011), Chang(2008), Fallon et al.(2008), Nam et al.(2011), Kim et al.(2012)를 참고하여 음식의 품질, 음식의 맛, 찬 음식은 차게, 뜨거운 음식은 뜨겁게, 후식 제공, 음식의 1인 분량, 메뉴의 다양성, 가격이 적절, 종사자

용모 단정, 식품영양관련 정보 제공, 식기류 상태 및 재질 적절, 급식 종사원이 친절, 식당 청결, 불만 사항 즉시 처리로 측정하였다.

생태적 환경은 Chung & Oh(1999), Lee(2003)의 연구를 토대로 친환경 상품 증가로, 기술적 환경은 Jee(1995), Michael et al.(1998), Woo(2000)의 연구에서 마케팅 상품개발능력 기술 경쟁력 보유(ex: 웹사이트)로 측정하였다.

3) 경쟁자 환경

위탁급식 기업은 고객이 근무하는 기관 주위의 외식기업과 지속적으로 경쟁하고 경영환경에서 유리한 위치를 차지하고자 견제, 대응하여야 한다. Duncan(1972)은 경쟁자 환경을 공급업체를 위한 경쟁, 소비자를 위한 경쟁으로 구분하였다.

본 연구에서 경쟁자 환경 중 경제적 환경은 Jee(1995), Kim(2006)의 연구를 참조하여 재무능력, 인사조직 능력으로, 정치적 환경은 Han(2003)의 연구에서 위생관련·안전관련 규제조치로 측정하였다.

Jee & Lee(1995)는 경쟁자 환경요소에 있어서 변동성은 신상품 개발, 시장개방, 수직수평통합의 가속화, 복잡성은 경쟁구조, 유사상품 난립, 성장성은 신규시장 참여 기업 수 등으로 인한 능률성 향상, 경쟁성은 광고·판촉 경쟁, 신상품 개발 경쟁, 경쟁업체 수 증가, 시장개방, 우수인력 확보 경쟁으로 정의하였으며, 신상품 출현빈도와 여행상품의 질적 변화 등에 대응한 전략을 구축함으로써 경쟁 환경을 극복할 수 있다고 하였다. Ko(2000)은 투자환경요인을 정책적 환경(정부의 정책 추진력 정도 등), 정치·경제적 환경(경제성장률 등), 사회·문화적 환경(홍보, 외국인 기업에 대한 인식도 등), 인적자원 환경(경영층의 경영능력, 교육수준 등), 법적·제도적 환경(조세제도의 혜택 등)으로 정의하였으며, 이 중 정치·경제적 환경과 상관관계가 가장 높은 환경은 사회·문화적 환경으로 조사되었다. 이상의 선행연구를 통하여 사회문화적 환경과 위탁급식 기업의 주변 외식기업에 대한 인식도 즉, 외식기업의 고객 선택속성과 영향관계가 있다고 판단하였으며 Kotler(1973), Jakia et al.(2000), Lee(2000), Turley & Milliman(2000), Baik(2001), Kim(2001), Yom(2004), Roh(2008), Ha & Jang(2010), Kim(2010), Choi(2011), Park & Park(2011), Ariffin et al.(2012)를 참고하여 음식의 맛과 질, 메뉴형태와 다양성, 음식의 양, 음식의 온도, 비용(가격), 매장 입지(접근성), 고객 서비스, 홍보 전략, 감성적 측면의 욕구 충족, 시설과 분위기, 위생, 부대시설(주차편리성), 종업원의 전문적 지식, 배경음악, 음식의 프리젠테이션으로 측정하였다.

생태적 환경은 Chung & Oh(1999), Lee(2003)의 연구를 토대로 친환경 상품 증가로, 기술적 환경은 Jee(1995), Michael et al.(1998), Woo(2000)의 연구에서 마케팅 상품개발능력 기술 경쟁력 보유(ex: 웹사이트)로 측정하였다.

4) 삶의 질

삶의 질은 세계보건기구 삶의 질 척도(WHOQOL)를 간결하게 표준화한 한국판 세계보건기구 삶의 질 간편형 척도(WHOQOL-BREF)를 사용하였는데 신뢰도 계수 Chronbach' α 는 0.898이었으며, 총 26문항으로 구성되어 있다. 측정 영역은 전반적인 삶의 질에 관한 1문항, 일반적인 건강에 관한 1문항, 신체적 건강 영역에 관한 7문항, 심리적 영역에 관한 6문항, 사회적 관계에 관한 3문항, 환경적 영역에 관한 8문항으로 분류되어 있다(Min et al. 2002). 단, 본 연구에서는 사회적 관계 중 '성생활'에 관련된 항목은 연구문제와 적합하지 않아 제외하였다.

3. 자료 분석

조사대상의 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 요인별로 신뢰성 분석을 실시한 후 구성타당도를 분석하기 위해 요인분석을 실시하였다. 위탁급식 고객 환경, 급식관리자 환경, 경쟁자 환경과 삶의 질의 관련성 검증을 위하여 상관관계분석을 실시하였으며, 요인별 인과관계를 검증하기 위하여 단순회귀분석 및 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구

의 실증분석은 모두 유의수준 $p < 0.05$ 에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSS 17.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상의 특징

조사대상의 특징은 성별은 남자 369명(58.9%)가 여자 257명(41.1%)보다 많았으며, 연령은 30대가 219명(35.0%), 최종학력은 대학교 재/졸 313명(50.0%)이 가장 많았고, 결혼여부는 기혼 329명(52.6%)이 미혼 297명(47.4%)보다 더 많은 것으로 조사되었다. 직업은 사무직(회사원)이 336명(53.7%), 월평균 소득은 200-400만원 미만이 25명(35.9%)으로 가장 높게 분석되었다<Table 1>.

2. 위탁급식 경영환경, 삶의 질 요인 신뢰도 및 구성타당도 분석

측정항목의 내적일관성을 나타내주는 신뢰도 계수 Cronbach's α 의 값은 0.621~0.943으로 나타나 높은 내적 일관성을 나타냈다<Table 2>.

구성타당도 분석을 위하여 주성분 분석(Principle Components Analysis)을 실시하였고 이를 직각회전(Varimax Rotation)을 실시하여 고유치(eigenvalue)가 1 이상인 요인을 선택하였으

<Table 1> Demographic characteristic of research subject

	Classification	Frequency (N)	Percentage (%)
Gender	Male	369	58.9
	Female	257	41.1
Age	In one's 20s	179	28.6
	In one's 30s	219	35.0
	In one's 40s	143	22.8
	The over 50s	85	13.6
Educational Background	Below high school graduation	115	18.4
	Junior college enrollment/ graduation	138	22.0
	University enrollment/ graduation	313	50.0
	Over graduate school	60	9.6
Marital status	Unmarried	297	47.4
	Married	329	52.6
Occupation	Office job (company worker)	336	53.7
	Specialized job	132	21.1
	Sales & Services position	54	8.6
	Public official	44	7.0
	Others	60	9.6
Monthly average income	Below 2 million won	85	13.6
	Between 2 million and 4 million won	225	35.9
	Between 4 million and 6 million won	165	26.4
	Over 6 million won	151	24.1
	Total	626	100.0

<Table 2> Analysis of reliability in environment & quality of life of a customer, foodservice management and competitor

Classification	Factor	Number of Questions (Number of Questions after removal)	Reliability
Customer Environment	Pursuit of Information Search	6	.888
	Pursuit of Environmental Factor	4	.865
	Pursuit of good food and drink	4	.874
	Pursuit of economic factors	4	.839
	Pursuit of health	4	.775
	Pursuit of self-centeredness	4(3)	.831
Foodservice management Environment	Customer Service Quality	9(8)	.931
	Food Quality	8	.928
	Professionalism	4	.841
	Technical information strength	5(4)	.827
Competitor Environment	Green marketing	3	.621
	Employee's Professionalism	9(8)	.916
	Menu quality properties	6	.943
	Marketing strategy	5	.888
Quality of Life	Additional services and specialness customer responsiveness	5	.828
		4	.824
	General Area	7	.910
	Physical health Area	8	.845
	Psychological health Area	6	.855
	Social relations Area	2	.777
	Environmental Area	2	.793

며 요인적재량(eigenvalue)는 0.5 이상인 항목들만 추출하였다. 이상을 기준으로 요인화 하였으며, 전체적인 각 항목의 적재치는 0.518~0.937의 범위로 대체로 높게 나타났다.

위탁급식 고객환경은 정보탐색 추구, 환경요인 추구, 식도락 추구, 경제적 요인 추구, 건강 추구, 자기중심 추구의 총 6개 요인으로, 급식관리자 환경은 고객 서비스 품질, 음식의 질, 전문성, 기술정보력, 그린마케팅의 총 5개 요인으로, 경쟁자 환경은 직원 전문성, 메뉴품질 특성, 마케팅 전략, 부가 서비스 및 특이성, 고객대응성의 총 5개 요인으로, 삶의 질은 전반적 영역, 신체적 건강영역, 심리적 건강 영역, 사회적 관계영역, 환경 영역의 총 5개의 요인으로 명명하였다<Table 3~6>.

3. 위탁급식 경영환경, 삶의 질 요인 상관관계 분석

각 변수 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 분석(Correlation Analysis)을 실시한 결과는 <Table 7>과 같다. 분석결과 고객 환경의 환경요인 추구, 건강 추구, 경제적 요

인 추구는 삶의 질의 하위요인별 전반적 영역, 심리적 건강 영역과 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 고객 환경의 환경요인 추구, 식도락 추구, 자기중심 추구, 건강 추구, 경제적 요인 추구는 삶의 질의 하위요인별 신체적 건강영역과, 고객 환경의 정보탐색 추구, 환경요인 추구, 식도락 추구, 자기중심 추구, 건강 추구, 경제적 요인추구는 삶의 질의 하위요인별 사회적 관계영역, 환경 영역과 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

급식관리자 환경의 음식의 질, 전문성, 기술정보력, 그린마케팅은 삶의 질 하위요인별 전반적 영역과 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 급식관리자 환경의 고객 서비스 품질, 음식의 질, 전문성, 기술정보력, 그린마케팅은 삶의 질 하위요인별 신체적 건강영역, 심리적 건강영역, 사회적 관계영역, 환경 영역과 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

경쟁자의 직원 전문성, 메뉴품질 특성, 마케팅 전략, 부가 서비스 및 특이성, 고객대응성은 삶의 질 하위요인별 전반적

<Table 3> Construct validity of customer environment in contract foodservice

Classification	Component					
	Pursuit of Information Search	Pursuit of Environmental factor	Pursuit of epicurism	Pursuit of economic factors	Pursuit of health	Pursuit of self-centeredness
Food information on the Internet	.891	.103	.095	-.009	.050	.045
Sensitivity to food ads	.797	.094	.140	.042	.091	.177
Internet-based information	.795	-.025	.055	.017	.076	.123
Shopping list for food purchasing	.763	.077	.206	.015	.182	-.017
Internet-based food coupon	.755	-.075	.039	.068	.037	.150
Price comparison through the Internet	.711	.045	.153	.033	.069	.107
Regulation of Hygiene and Safety	.054	.891	.028	.083	.094	.017
Discharge of environmental pollutants	.050	.837	-.037	.051	.223	.024
Discharge of waste	.035	.799	.075	.062	.029	.029
Governmental policy on environmental issues	.022	.779	.025	.087	.133	.063
Personal cooking	.113	.037	.917	.020	.078	-.061
Preference for snack	.192	-.110	.808	.012	.030	.161
Preference for a famous restaurant	.081	.198	.799	.098	.191	.028
Preference for number of diverse menu	.238	-.004	.795	.110	.062	.118
Satisfaction with consumption activity	-.039	.045	.065	.916	.082	-.011
Increase & decrease in income	.039	.207	.039	.802	.044	.080
Constant price standards	.084	.033	.078	.782	.198	.029
Occupation and Income level	.045	.016	.031	.750	.044	.118
Consideration of Nutritional Value	.131	.022	.090	.085	.858	-.005
Consideration of freshness	.069	.205	.145	.075	.800	.018
Pursuit of one's health	.098	.157	.080	.070	.742	.040
Pursuit of organic farming	.091	.075	.015	.110	.601	.118
Maintenance of personal relations	.181	.137	.026	.058	.027	.896
Convenience in cooking	.183	.187	.169	.048	.075	.808
Cooking is the call of a woman	.148	-.166	.032	.124	.092	.799
Eigen value	3.982	3.028	2.949	2.758	2.533	2.265
Variance explanation (%)	15.928	12.110	11.796	11.030	10.132	9.059
Cumulative explanation (%)	15.928	28.038	39.834	50.864	60.996	70.055

<Table 4> Construct validity of foodservice management environment in contract foodservice

Classification	Component				
	Customer service quality	Food quality	Technical information strength	Professionalism	Green Marketing
Proper noise	.924	.100	.038	.019	.054
Snack Service	.803	.168	.116	-.024	.070
Immediate handling of customer complaints	.769	.244	.162	.084	.210
Atmosphere offer	.767	.153	.139	.188	.056
Dessert service	.744	.289	.057	.078	.056
Hygienic	.740	.165	.110	.196	.351
Benefit to a customer who doesn't leave food	.726	.143	.255	.055	-.155
Proper prices of menu	.721	.322	.058	.167	.159
Proper taste of foods	.204	.877	.166	.191	.067
Proper food quality	.163	.818	.221	.261	.069
1 person's portion of food	.170	.755	.170	.199	.238
Trial performance and product show of menu	.195	.727	.187	.314	-.031
Event menu service	.356	.725	.169	.237	.057
Use of low unit price food ingredients	.179	.684	.238	.027	.148
Diverse menu	.256	.681	.224	.160	.083
Menu service in consideration of one's health	.328	.523	.172	.141	.250
Technical ability	.177	.269	.780	.151	.120
Ability to react a customer's demand	.168	.258	.773	.141	.155
Operation of the Website	.060	.186	.716	.169	.018
Ability to provide service	.211	.242	.702	.217	.183
Retention of a marketing organization	.170	.209	.268	.807	-.085
Securing of competent human resources	.089	.304	.154	.742	.107
Regulatory measures related to hygiene and safety	.068	.339	.155	.652	.252
Friendly employees	.187	.312	.423	.530	.221
Use or non-use of a disposable item	.066	.055	.046	.045	.799
Trash box for separate collection	.091	.166	.143	.034	.683
State and Material of dishware	.285	.182	.253	.300	.552
Eigen value	5.571	5.268	3.046	2.583	2.004
Variance explanation (%)	20.635	19.513	11.282	9.569	7.424
Cumulative explanation (%)	20.635	40.147	51.429	60.998	68.422

영역, 신체적 건강영역, 심리적 건강영역, 사회적 관계영역, 환경 영역과 통계적으로 유의미 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다<Table 7>.

4. 위탁급식 경영환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향

1) 고객, 급식관리자, 경쟁자 환경과 고객 삶의 질의 관계
 위탁급식 경영환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 회귀모형의 설명력은 21.8%이고, 회귀식은 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다(F=59.120, p<.001). 독립변수별로는 고객 환경, 급식관리자 환경, 경쟁자 환경이 삶의 질에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.001). 즉, 급식관리자 환경이 높아지면 삶의 질은 .246의 상승이 있는 것으로 나타났고, 고객 환경이 높아지면 삶의 질은 .240의 상승이, 경쟁자 환경이 높아지면 삶의 질은 .143의 상승이 있

는 것으로 나타났다<Table 8>.

따라서 삶의 질을 위해서 영향을 주는 위탁급식 경영환경의 하위요인을 살펴보면 급식관리자 환경, 고객 환경, 경쟁자 환경의 순서이다. 즉, 과거에는 급식 고객이 근무하는 지역의 외식기업의 밀집도나 근접성이 고객 삶의 질에 영향을 주었다면, 연구 결과 고객이 근무하는 회사나 기관 내의 급식관리자 환경이 고객 삶의 질에 가장 큰 영향을 주는 것으로 분석되었다.

Kim(2007)은 물리적 시설 서비스에 대한 만족이 대학 생활의 삶의 질에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었는데 물리적 시설의 측정도구에는 편의시설(교내 식당 이용)에 관한 내용이 포함되어 있었다. 따라서 대학 급식 만족도는 고객의 삶의 질에 영향을 미치는 것으로 사료된다. Hoffmann(2008)에 의하면 삶의 질의 정의를 개인 자원, 환경의 제약, 개인 판단에 의한 가치, 생활 여건의 산물이고, 삶의 과정에

<Table 5> Construct validity of competitor environment in contract foodservice

Classification	Component				
	Menu quality properties	Employee Professionalism	Marketing strategy	Additional service and specialness	Customer responsiveness
Proper food taste	.909	.092	.113	.093	.105
Satisfaction with food	.740	.088	.192	.152	.178
Consideration of one's health and nutrition	.724	.322	.143	.131	.235
Diverse menu forms	.718	.066	.087	.192	.127
Proper amount of food	.712	.210	.110	.154	.024
Menu trial performance	.708	.152	.359	.098	.163
Proper food quality	.662	.190	.277	.069	.106
Proper food temperatures	.645	.203	.061	.517	.128
Non-use of disposable items	.073	.937	.087	.001	.064
Hygienic	.157	.852	.095	.132	.095
Friendly employees	.182	.847	.085	.131	.134
Printed explanation of menu	.165	.826	.106	.110	.155
Employee's professional food explanation	.183	.820	.125	.055	.238
Proper food prices	.194	.819	.128	.028	.030
Proper marketing organization	.203	.095	.872	.140	.188
Taking measures related hygiene and safety	.352	.210	.754	.096	.156
Benefit to a customer who doesn't leave food	.077	.229	.732	.070	.199
Heated food marketing	.138	.020	.724	.296	.213
Securing of competent human resources	.348	.100	.645	.086	.178
Proper facilities	.160	.060	.072	.887	.057
Accessibility	.152	.076	.049	.826	.081
Easy Parking	.201	.163	.050	.771	.178
Atmosphere	.111	.051	.304	.596	.124
Meeting the emotional aspects	.132	.009	.376	.518	.109
Ability to develop menu	.190	.159	.227	.117	.794
Ability to respond to a customer's demand	.257	.141	.131	.152	.786
Ability to provide services	.235	.213	.223	.100	.692
Website Operation	.041	.105	.255	.158	.677
Eigen value	5.027	4.872	3.598	3.330	2.712
Variance explanation (%)	17.952	17.401	12.848	11.894	9.687
Cumulative explanation (%)	17.952	35.354	48.202	60.096	69.784

서 식습관, 식품선택, 식사패턴 등 자신만의 개별적인 식사 개성이 발생되며, 특히 균형 잡힌 영양은 삶의 질과 건강을 위한 주요한 요소라고 하였다. Dean et al.(2008)은 65세 이상 노인을 대상으로 식품관련 생활만족 조사에서 수입, 건강 측정 및 생활환경 뿐 만 아니라 가족과 친구들, 음식에 대한 지식과 인식 수준, 식품관련 저장 시설도 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

2) 고객 환경과 삶의 질의 관계

고객 환경이 삶의 질에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 분석결과 회귀모형의 설명력은 23.2%이고, 회귀식은 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다(F=32.540, p<.001). 독립변수별로는 환경요인 추구, 건강 추구, 경제적 요인 추구가 삶의 질에 통계적으로 유의

미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.001). 즉, 경제적 요인 추구가 높아지면 삶의 질은 .336의 상승이 있는 것으로 나타났고, 건강 추구가 높아지면 삶의 질은 .190의 상승이, 환경요인 추구가 높아지면 삶의 질은 .153의 상승이 있는 것으로 나타났다. 따라서 삶의 질을 위해서 영향을 주는 고객 환경의 하위요인을 살펴보면 경제적 요인 추구, 건강 추구, 환경요인 추구의 순서이다<Table 9>.

Kim & Kim(2001)의 연구에서 삶의 질에 직·간접적으로 영향을 미치는 변인을 조사하였는데, 직접적인 영향은 건강 상태로 간접적인 영향은 소득수준 등으로 조사되었다. Lee(2011)는 재가노인을 대상으로 급식만족도와 삶의 질에 대한 연구에서 신체활동, 음식에 대한 정서적 안정감은 급식 만족도에 유의한 영향을 주며, 신체활동, 정서적 안정감, 식사 즐거움은 삶의 질에 유의한 영향을 주는 것으로 분석

<Table 6> Construct validity of quality of life in contract foodservice

Classification	Component				
	Physical Health Area	Enviornmental Area	Psychological Health Area	General Area	Social Relations Area
Satisfaction with daily life performing ability	.882	.148	.244	.113	.093
Necessity of remedy for remedy's sake (R)	.870	.122	.199	.053	.058
Physical pain (R)	.864	.169	.180	.036	.069
Satisfaction with the ability to work	.728	.194	.276	.117	.136
Getting around nicely	.642	.153	.225	.099	.256
Adequate energy (vitality)	.614	.183	.250	.248	.106
Satisfaction with one's sleep	.610	.153	.150	.221	.084
Satisfaction with accessibility to medical service	.095	.753	.054	.061	.081
Satisfaction with home and its surrounding environment	.159	.724	.229	.080	.065
Satisfaction with the means of transportation	.137	.687	.058	.043	.143
Residential environment good for one's health	.192	.674	.307	-.023	.020
Acquisition of information necessary for living	.189	.654	.023	.157	.186
Opportunity to enjoy leisure	.242	.582	.112	.177	.115
Stability of a daily life	.179	.577	.278	.063	.128
Enough money	-.120	.545	.236	.285	-.031
Acceptive attitude towards physical appearance	.137	.218	.769	-.013	.074
Satisfaction with oneself	.218	.213	.708	.084	.248
Concentration of thinking or mind	.336	.181	.680	.107	.136
Meaningful life	.339	.208	.633	.231	.153
Rejoicing in life	.312	.109	.627	.362	.134
Negative humor (R)	.301	.150	.520	.172	-.034
Satisfaction with one's health	.315	.194	.143	.798	.048
Assessment of quality of life	.197	.236	.256	.755	.109
Satisfaction with a friend's aid	.222	.254	.146	.060	.825
Satisfaction with personal interpersonal relationship	.178	.196	.234	.088	.815
Eigen value	4.904	3.996	3.423	1.755	1.704
Variance explanation (%)	19.615	15.985	13.693	7.020	6.814
Cumulative explanation (%)	19.615	35.601	49.294	56.314	63.129

되어 건강과 환경 요인 추구 및 식사의 즐거움을 주는 급식 관리자 환경이 삶의 질에 영향을 미친다는 본 연구의 결과를 뒷받침한다.

Brunso et al.(2004)은 민스 엔 체인(Means end chain)이론을 통해 고객 삶의 행동 양식과 가치의 관계를 연구하고자 하였다. 고객 라이프스타일은 개인 가치와 특정상황의 상품 인지 정도, 행동 간의 중재적인 상품절차 지식구조와 서술식의 습관적 사용에서 각각 차이를 보았다. 연구는 개인의 가치 목록(List of Values)과 음식관련 라이프스타일(Food-related Lifestyle) 도구에 의해 측정되었으며, 연구 결과 개인 가치와 관련된 음식관련 라이프스타일은 외생적인 구조로서 행동에 독립적인 영향을 주었고, 내생적으로 가치와 행동관계에 중간정도의 영향으로 추정되었다.

3) 급식관리자 환경과 삶의 질의 관계

급식관리자 환경이 삶의 질에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 분석결과 회귀모형의 설명력은 16.1%이고, 회귀식은 통계적으로 유의미한 것으로

분석되었다($F=24.984, p<.001$). 독립변수별로는 음식의 질, 전문성, 그린마케팅이 삶의 질에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<.01$). 즉, 전문성이 높아지면 삶의 질은 .213의 상승이 있는 것으로 나타났고, 음식의 질이 높아지면 삶의 질은 .164의 상승이, 그린마케팅이 높아지면 삶의 질은 .155의 상승이 있는 것으로 나타났다. 따라서 삶의 질을 위해서 영향을 주는 급식관리자 환경의 하위요인을 살펴보면 전문성, 음식의 질, 그린마케팅의 순서이다<Table 10>.

Lee et al.(2012)는 식사의 질은 다양성, 적정성, 절제성, 식사균형 차원에서 영양섭취 정도를 평가할 수 있으며, 식품군별 섭취패턴은 식사의 질과 삶에 영향을 준다고 하였다. Kwun(2011)은 '음식의 질' 관련하여 대학교 급식의 속성, 인식된 가치, 만족이 고객에게 미치는 영향 요인 중에서 개념적 구조를 결합시키는 연관성을 조사하였는데, 고객 서비스 질(종업원의 서비스, 친절한 종업원, 종업원의 외모, 상냥함, 신속성, 전체적인 서비스) 6개 항목, 음식의 질(맛, 외관, 영양, 신선도, 전체적인 음식, 1인 분량) 6개 항목, 메뉴(다양성,

<Table 7> Correlation analysis of environment, and quality of life factors of a customer, foodservice management and competitor

Classification	Customer Environment					Foodservice Management Environment					Competitor Environment					Quality of Life						
	fac1	fac2	fac3	fac4	fac5	fac6	fac7	fac8	fac9	fac10	fac11	fac12	fac13	fac14	fac15	fac16	fac17	fac18	fac19	fac20	fac21	
fac1	1																					
fac2	.111**	1																				
fac3	.331***	.089*	1																			
fac4	.332***	.125**	.188***	1																		
fac5	.251***	.295***	.235***	.168***	1																	
fac6	.099*	.187***	.148***	.175***	.236***	1																
fac7	.101*	-.008	.145**	.100*	.118**	.103*	1															
fac8	.053	.127**	.075	.156***	.182***	.166***	.553***	1														
fac9	.093*	.186***	.102*	.153***	.240**	.177***	.391***	.651***	1													
fac10	.124**	.114**	.088*	.170***	.180***	.130**	.408***	.582***	.592***	1												
fac11	.051	.194***	.066	.044	.130**	.090*	.373***	.413***	.411***	.409***	1											
fac12	.180***	.107**	.113**	.054	.174***	.162***	.203***	.213***	.170***	.227***	.230***	1										
fac13	.182***	.110**	.170***	.145***	.156***	.145***	.177***	.245***	.195***	.162***	.236***	.421***	1									
fac14	.255***	.105**	.163***	.243***	.171***	.170***	.211***	.269***	.323***	.292***	.203***	.343***	.536***	1								
fac15	.202***	.112**	.182***	.172***	.140***	.177***	.227***	.260***	.277***	.291***	.222***	.243***	.466***	.440***	1							
fac16	.267***	.141***	.152***	.242***	.177***	.112**	.199***	.243***	.271***	.306***	.222***	.381***	.472***	.548***	.396***	1						
fac17	.046	.175***	.039	.041	.203***	.341***	.064	.195***	.212***	.101*	.132**	.179***	.231***	.163***	.210***	.163***	1					
fac18	.046	.262***	.081*	.049	.266***	.300***	.150***	.280***	.306***	.190***	.259***	.146***	.238***	.136**	.232***	.211***	.509***	1				
fac19	.016	.164***	.067	.004	.271***	.255***	.137**	.258***	.270***	.170***	.229***	.158***	.222***	.111**	.107**	.088*	.521***	.649***	1			
fac20	.137**	.221***	.147***	.155***	.210***	.293***	.122**	.213***	.226***	.180***	.224***	.184***	.205***	.102*	.129**	.142***	.319***	.444***	.460***	1		
fac21	.173***	.225***	.103*	.180***	.244***	.409***	.208***	.309***	.323***	.281***	.241***	.198***	.309***	.231***	.215***	.255***	.459***	.460***	.532***	.446***	1	

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

fac1: Pursuit of Information search
 fac4: Pursuit of self-centeredness
 fac7: Customer service quality
 fac10: Technical information strength
 fac13: Menu quality properties
 fac16: Customer responsiveness
 fac19: Psychological Health Area
 fac2: Pursuit of environmental factor
 fac5: Pursuit of one's health
 fac8: Food quality
 fac11: Green marketing
 fac14: Marketing strategy
 fac17: General Area
 fac20: Social Relations Area
 fac3: Pursuit of epicurism
 fac6: Pursuit of economic factors
 fac9: Professionalism
 fac12: Employee professionalism
 fac15: Additional service & specialness
 fac18: Physical Health Area
 fac21: Environmental Area

<Table 8> Influence of customer, foodservice management and competitor environment on quality of customer's life in contract foodservice

Classification	Non-standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p	F	R ²
	B	Standard error	Beta				
(Constant)	1.155	.171		6.767	.000		
Customer Environment	.282	.045	.240	6.242***	.000	59.120***	.218
Foodservice Management Environment	.238	.038	.246	6.329***	.000		
Competito environment	.158	.045	.143	3.512***	.000		

Dependent Variable: Quality of Life

***p<.001

<Table 9> Influence of customer environment on quality of life in contract foodservice

Classification	Non-standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p	F	R ²
	B	Standard Error	Beta				
(Constant)	1.694	.148		11.442	.000		
Pursuit of information search	.007	.024	.011	.269	.788	32.540***	.232
Pursuit of environmental factor	.107	.026	.153	4.137***	.000		
Pursuit of epicurism	-.002	.026	-.002	-.058	.954		
Pursuit of self-centeredness	-.004	.026	-.005	-.143	.886		
Pursuit of one's health	.150	.031	.190	4.903***	.000		
Pursuit of economic factor	.240	.026	.336	9.144***	.000		

Independent Variable: Quality of Life

***p<.001

<Table 10> Influence of foodservice management environment on quality of life in contract foodservice

Classification	Non-standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p	F	R ²
	B	Standard error	Beta				
(Constant)	2.143	.130		16.490	.000		
Customer service quality	-.026	.037	-.032	-.717	.474	24.984***	.161
Food quality	.122	.041	.164	2.971**	.003		
Professionalism	.158	.039	.213	4.106***	.000		
Technical information strength	-.011	.033	-.016	-.332	.740		
Green marketing	.124	.034	.155	3.658***	.000		

Independent Variable: Quality of Life

p<.01, *p<.001

건강메뉴, 편리한 메뉴, 에스닉 메뉴, 촉진메뉴) 5개 항목, 시설(청결, 식사공간의 환경, 편안함정도, 운영시간, 운영요일, 전체적인 분위기, 수용인원) 7개 항목을 측정하였다.

Carrier et al.(2009)은 요양원 노인을 대상으로 삶의 질과 급식서비스의 관계를 분석하는 연구를 실시하였는데, 같이 식사하는 동료의 수, 외부 음식을 섭취할 수 있는 자율성, 식판배달시스템 서비스는 몸이 온전한 응답자 및 불편한 응답자 모두 삶의 질과 상당한 연관성이 있었다. 몸이 온전한 응답자는 치료식과 중국요리 사용이 삶의 질과 연관이 있었고, 몸이 불편한 응답자는 독립적인 식사와 메뉴 수정 빈도가 삶의 질과 관련이 있었다.

4) 경쟁자 환경과 삶의 질의 관계

경쟁자 환경이 삶의 질에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 분석결과 회귀모형의 설명력은 11.4%이고, 회귀식은 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다(F=17.085, p<.001). 독립변수별로는 메뉴품질 특성, 부가서비스 및 특이성이 삶의 질에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.05). 즉, 메뉴품질 특성이 높아지면 삶의 질은 .219의 상승이 있는 것으로 나타났고, 부가서비스 및 특이성이 높아지면 삶의 질은 .095의 상승이 있는 것으로 나타났다. 삶의 질을 위해서 영향을 주는 경쟁자 환경의 하위요인을 살펴보면 메뉴 품질 특성, 부가서

<Table 11> Influence of manager competitor on quality of life in contract foodservice

Classification	Non-standardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	p	F	R ²
	B	Standard error	Beta				
(Constable)	2.162	.139		15.597	.000		
Employee professionalism	.060	.031	.082	1.913	.056		
Menu quality properties	.195	.044	.219	4.432***	.000	17.085***	.114
Marketing strategy	-.024	.039	-.031	-.618	.537		
Additional service and specialness	.083	.038	.095	2.147*	.032		
Customer Responsiveness	.060	.038	.077	1.606	.109		

Independent Variable: Quality of Life

*p<.05, ***p<.001



<Figure 1> Influence of customer, foodservice management and competitor environment on quality of customer's life in contract foodservice.

비스 및 특이성, 직원 전문성의 순서이다<Table 11>.

Roh(2008)은 외식가치 영향요인 중 음식품질지각, 분위기 지각, 금전적 지각은 지각된 가치에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었지만, 인적 서비스 품질지각, 사회적 지각은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 조사되었다. Brady & Robertson(2001)과 Raajpoot(2002)는 서비스 질 평가를 고려하기 위한 고객의 서비스 환경리스트에 따라 총 4개의 다른 서비스 산업을 구분하였다. 또한 그들은 물리적 환경으로 분위기 조건, 이용기기 디자인, 사회적 조건의 3가지로 요인을 구분하였다. 분위기 조건으로는 비시각적인 관점으로 온도, 향, 음악, 이용기기 디자인으로는 기능적, 심미적으로 분류하고, 사회적 조건으로는 수(number), 사람의 유형, 서비스 세팅 내 행동으로 구분하였다. 요인 중 부가서비스 및 특이성 관련하여 Ariffin et al.(2012)은 고객의 행동에 따른 레스토랑 식공간 환경요인에 대한 연구를 실시하였는데, 레스토랑 분위기 요인 중 스타일, 조명, 레이아웃은 고객 태도, 구전효과 및 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 색상은 고객 행동의 어떤 유형에도 영향을 미치지 않는 것으로 조사되었다<Figure 1>.

IV. 요약 및 결론

위탁급식의 고객, 급식관리자, 경쟁자 환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향에 대해 연구한 결과의 요약은 다음과 같다.

첫째, 조사대상의 특징은 성별은 남자 369명(58.9%)가 여자 257명(41.1%)보다 많았으며, 연령은 30대가 219명(35.0%), 최종학력은 대학교 재/졸 313명(50.0%)이 가장 많았고, 결혼여부는 기혼 329명(52.6%), 직업은 사무직(회사원)이 336명(53.7%), 월평균 소득은 200-400만원 미만이 25명(35.9%)으로 가장 높게 분석되었다.

둘째, 신뢰도 분석 결과 Cronbach's α 계수는 0.621~0.943으로 나타나 신뢰도는 비교적 높은 것으로 조사되었다. 구성 타당도 분석을 위해 각 요인의 적재치는 고객 환경은 0.601~0.917, 급식관리자 환경은 0.523~0.924, 경쟁자 환경은 0.518~0.937의 범위로 타당성이 높게 나타났고, 구성항목에 대한 요인 분석 결과 고객 환경은 정보탐색추구, 환경요인 추구, 식도락 추구, 경제적 요인 추구, 건강 추구, 자기중심 추구의 총 6개 요인, 급식관리자 환경은 고객 서비스 품질, 음식의 질, 기술정보력, 전문성, 그린마케팅의 총 5개 요인, 경쟁자

환경은 직원 전문성, 메뉴품질 특성, 마케팅 전략, 부가서비스 및 특이성, 고객대응성의 총 5개 요인으로 분석되었다.

셋째, 위탁급식 경영환경이 고객 삶의 질에 미치는 영향을 분석한 결과 급식관리자 환경이 높아지면 삶의 질은 .246의 상승이 있는 것으로 나타났고, 고객 환경이 높아지면 삶의 질은 .240의 상승이, 경쟁자 환경이 높아지면 삶의 질은 .143의 상승이 있는 것으로 나타났다. 따라서 삶의 질 향상을 위해서 영향을 주는 위탁급식 경영환경의 하위요인을 살펴보면 급식관리자 환경, 고객 환경, 경쟁자 환경의 순서이다. 고객 환경이 삶의 질에 영향을 주는 하위요인을 살펴보면 경제적 요인 추구, 건강 추구, 환경요인 추구, 급식관리자 환경은 전문성, 음식의 질, 그린마케팅, 경쟁자 환경은 메뉴품질 특성, 부가서비스 및 특이성, 직원 전문성의 순서로 나타났다.

이상의 연구 결과를 통하여 위탁급식 경영환경 중 고객에게 가장 큰 영향을 주는 것은 급식관리자 환경으로 고객 삶의 질 개선을 위해 위탁급식 기업의 책임은 가중될 것으로 판단되었다.

본 연구의 시사점으로는 첫째 위탁급식 기업 내부적으로 국제화된 급식 레시피 개발, 전사업장의 일정한 맛을 유지하기 위한 조리방법의 개선, 고객의 눈을 즐겁게 하기 위한 푸드 스타일링 개선, 기업별 식재유통의 '선(先) 주문 후(後) 생산'으로 신선한 상품을 고객에게 제공하는 정성이 필요하다.

둘째, 위탁급식 기업 외부적으로는 건강 마케팅에 적합한 '친환경 및 건강 안전(low-fat, vegetarian)' 메뉴를 개발 운영해야 할 것이다. 또한 다중 컨셉의 P/B 상품 출시 및 브랜드 개발을 통해 원가절감과 품질향상을 도모해야 하며, 외부 네트워크를 강화 및 외식기업과 선진업체 제휴를 통해 경쟁력을 확보해야 할 것이다.

셋째, 경쟁자 환경과의 커뮤니케이션(communication)과 교류를 통해 고객이 급식관리자 환경에서 정체되지 않도록 해야 하며, 고객사와의 장기 계약 유지, 영양사와 조리사의 지속적인 업무 향상 교육 등을 기획하여 삶의 질 관리를 위한 전문 인적 자원을 보유해야 할 것이다.

넷째, 고객 환경의 변화에 능동적으로 대응해야 하는데 고객 음식 라이프스타일(Food Life style) 분석 프로세스 마련을 통해 고객 지향적인 마케팅 전략을 갖추도록 접근방법을 제시하고자 한다. 따라서, 위탁급식 기업은 신규 서비스를 개발하여 충성 고객을 확보해야 하는데 고유의 스마트폰 앱(App) 개발로 고객과 실시간 소통을 통해 건강(식품에 따른 성인병관리, 곡류의 적정 염도 제시, 운동량 관리), 재미(이벤트 실시, 고객 간 공감 공간 확보), 편리성(메뉴 선택, 식권 결제, 멤버십제 운영)을 강화하여 고객 삶의 질 향상에 기여할 수 있어야 한다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 국내 위탁급식 고객 전체가 아닌 A기업 산업체 급식 서울 및 수도권 지역 일부 고객으로 한정하여 연구가 이루어져 충분한 표본의 추출이 어려웠기에 분석결과의 보편성 및 일반화에 한계를 노출하고 있다. 따라서 추후 연구에서는 충분한 표본을 가진 연구를 수행하

여야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서 사용한 삶의 질 측정도구가 의학 분야에서 개발된 것이어서 급식부문에 사용한 것에 한계가 있을 수 있다. 급·외식 분야의 삶의 질 관련 선행연구가 없고 대부분의 선행문헌이 의학, 사회복지학, 행정학 분야로 한정되어 있다. 추후에는 위탁급식 환경에 대한 고객 삶의 질 관리를 위한 도구 개발 및 삶의 질 수준에 대한 가이드라인 제시에 대한 연구가 절실하다.

셋째, 본 연구의 상관분석 결과 변수들 간 상관계수 값이 전반적으로 낮고 이로 인해 회귀분석 결과 R² 값이 낮게 조사되었다. 이는 선행연구의 부족으로 인해 변수 및 가설의 설정에 어려움이 있었던 것으로 판단되며 차후에는 보다 광범위한 변수 추출을 통해 조사대상자의 성별, 연령, 교육수준, 경제적 소득 수준, 위탁급식 기업 만족도, 위탁급식 주변 외식기업 만족도등을 고려하여 위탁급식 경영환경이 삶의 질에 미치는 구체적 영향에 대한 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

References

- An HY. 2010. A study on dining-out behavior by dietary lifestyle and Value. Doctoral degree thesis, Kyonggi University, Korea, pp 47-109
- Annet CH, Pietermel A, Luning AS, Cees de G. 2004. Food-related lifestyle and health attitudes of Dutch vegetarians, non-vegetarian consumers of meat substitutes and meat consumers. *Appetite*, 42(3):265-272
- Ariffin HF, Bibon MF, Abdullah RP, S R. 2012. Restaurant's atmospheric elements: What the customer wants. *Procedia-Soc. Behav. Sci.*, 38:380-387
- Baek JA, Seo WS. 2007. A Study on the Differentiation of Marketing Strategies for Family Restaurants by Life Style -With a Focus on Marketing Mix 7P's-. *Korea Acad. Soc. Hotel Adm.*, 16(1):19-40
- Baik YC. 2001. A Study on the relation between family restaurant choice attributes and the influential factors. *Korean J. Hosp. Adm.*, 10(1):95-116
- Brady MK, Robertson CJ. 2001. Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: an exploratory cross-national study. *J. Bus. Res.*, 51(1):53-60
- Brunso K, Scholderer J, Grunert KG. 2004. Closing the gap between values and behavior -a means-end theory of lifestyle. *J. Bus. Res.*, 57(6):665-670
- Capra S, Wright O, Sardie M, Bauer J, Askew D. 2005. The acute hospital foodservice patient satisfaction questionnaire: The development of a valid and reliable tool to measure patient satisfaction with acute care hospital foodservices. *Foodserv. Res. Int.*, 16(1-2):1-14
- Carrier N, West GE, Ouellet D. 2009. Dining experience,

- foodserves and staffing are associated with quality of life in elderly nursing home residents. *J. Nutr. Health Aging*, 13(6):565-570
- Cha KH. 2004. Relationships between subjective well-being and psychological well-being among Korean and American college students. *Korean J. Youth Stud.*, 11(3):321-337
- Chang HJ. 2008. Strategies for the Improvement of Customer Satisfaction on Foodservice through Identifying the Foodservice Quality Factors in Senior Care Facilities. *Korea J. Community Nutr.*, 13(1):69-79
- Choi MK. 2011. Analysis of dine-out consumption behavior based on consumers' well-being dietary life pursuit attitude. Doctoral degree thesis, Ewha University, Korea, pp 80-90
- Choi MK, Choi SH, Lee SI. 2009. An Assessment of Customer Satisfaction towards University Residence Hall Foodservice and Subjective QOL (Quality of Life): Focused on the University Students in Daegu, Gyeongbuk Area. *Korea J. Community Nutr.*, 14(1):114-122
- Chun DY, Goo HK, Yin JH. 2015. Effects of Operational Practices of Contract Foodservice Management Company on Relationship Quality and Recontract Intention. *Korea Contents Soc.*, 12(5):331-345
- Chung GY, Oh SY, 1999. A Study of the Hotel Guest's Perception for the Green Marketing Policy of Korean Deluxe Hotels. *Korea Acad. Soc. Hotel Adm.*, 8(1):95-112
- Dean M, Gruner KG, Raats MM, Nielsen NA, Lumbers M. 2008 The impact of personal resources and their goal relevance on satisfaction with food-related life among the elderly. *Appetite*, 50(2):308-315
- Douglas S, Maeve H, Begonya M, Paddy W, Anne MMn, Paul A. 2011. Consumer acceptance of high pressure processed beef-based chilled ready meals: The mediating role of food-related lifestyle factors. *Meat Sci.*, 87(1):81 - 87
- Duncan RB. 1972. Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty. *Administrative science quarterly, USA*, pp 313-327
- Fallon A, Gurr S, Hannan-JM, Bauer JD. 2008. Use of the acute care hospital foodservice patient satisfaction questionnaire to monitor trends in patient satisfaction with foodservice at an acute care private hospital. *Nutr. Diet.*, 65(1):41-46
- Ha J, Jang SS. 2010. Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *Int. J. Hosp. Manag.*, 29(3):520-529
- Han KS, Chae IS, Kim KH. 2011. Foodservice Management [외식경영학]. Kyomunsa, Gyeonggido, Korea, pp 315-323
- Han SH. 2003. The Effect of Task Environment on Management Strategy in Foodservice Industry. *Tour. Study*, 18(2):23-40
- Hoffmann AT. 2008. Quality of life, food choice and meal patterns - field report of a practitioner. *Ann. nutr. metab.*, 52(1):20-24
- Hong YT. 2011. An International Comparative Study of Economic Indicators and Events Impacting the Restaurant Business Cycle of Korea and Japan. Doctoral degree thesis, Kyung Hee University, Korea, pp 8-49
- Jakia K, Robert I, John R. 2000. "Consumer research in the restaurant environment. Part3: analysis, findings and conclusions". *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 12(1):13-30
- Jee JH. 1995. A Study on the Strategic Management for Changes of Tourism Environment in Travel Agencies. Doctoral degree thesis, Kangwon University, Korea, pp 8-55
- Jee JH, Lee YK. 1995. A Empirical Study on the Strategic Management according to the Changes of Tourism Environment in Travel Agencies. *J. Travel Study*, 12(2):95-127
- Karen B, Joachim S, Klaus GG. 2004. Closing the gap between values and behavior a means - end theory of lifestyle. *J. Bus. Res.*, 57(6):665-670
- Kim DG. 2006. A Study on the Quality of Life Urban Residents- Focusing on the Case Study of Seongnam City-. Doctoral degree thesis, Kangwon University, Korea, pp 36-90
- Kim KS, Kim JR. 2001. The Effects of Ego -Identity and Crisis on Omlity of Life in Midlife Married Women. *Fam. Environ. Res.*, 39(4):105-120
- Kim HS, Kim YG, Cha SB. 2012. Impact of Industrial Catering Food Service Factors on Foreign Workers' Satisfaction in Ansan City. *Tour. Study*, 36(3):277-293
- Kim MS, Cho KH. 2000. A Study on the Quality of Life of Public Employees. *Health Soc. Welf. Rev.*, 20(2):86-122
- Kim JH. 2007. The effect of university service satisfaction on quality of student's life and their attitude toward university: calibration of quality of students' life through measuring satisfaction and happiness in university. Doctoral degree thesis, Yonsei University, Korea, pp 45-62
- Kim JH. 2010. A study on using Analysis Tools for Value Innovation of Foodservice Industry. Doctoral degree thesis, Kyonggi University, Korea, pp 20-83
- Kim JM, Song JH. 2002. An Analysis on the job satisfaction and job characteristic for the dietitians who perform nutrition service in the field of industry foodservice. *J. Korean Diet. Assoc.*, 8(1):33-41
- Kim KM, Kim KH. 2010. Korean Food Market Segmentation Strategies and Applied Food-related Lifestyles. *J. Korean Soc. Food Cult.*, 25(4):466-472
- Kim SH. 2001. Customer's Satisfaction and Choice Attributes of Family Restaurants in Seoul. *Korean J. Hosp. Adm.*, 10(3):25-46
- Kim YS. 2009. Research Articles: A Study on Difference of the Family Restaurant Selection Attribute and Impact for

- Satisfaction by Food-related Life Style Patterns of Cheong-Ju Undergraduates. *J. Foodserv. Manag.*, 12(5): 51-71
- Klaus G. Grunert, TP, Yanfeng Z, Guang H, Bjarne TS, Athanasios K. 2011. Is food-related lifestyle (FRL) able to reveal food consumption patterns in non-Western cultural environments? Its adaptation and application in urban China. *Appetite*, 56:357-367
- Ko SM. 2000. The Empirical Study on the Correlation of the Investment Circumstances regarding Tourist Hotels. *J. Tour. Manag. Res.*, 4(1):13-42
- Kotler P. 1973. Atmospherics as a marketing tool. *J. Retailing*, 49(4):48-64
- Kwon DJW. 2011. Effects of campus foodservice attributes on perceived value, satisfaction, and consumer attitude: A gender-difference approach, *Int. J. Hosp. Manag.*, 30(2):252-261
- Lee DH. 2000. The Impct of Restaurants' Environments on Customer Voluntary Performance: Focused on Hotel, Family, and High-end Restaurants. Doctoral degree thesis, Sejong University, Korea, pp 34-74
- Lee HS. 2000. Impact of Income on Subjective Quality of Life. *Korea Journal of Population Studies*, 23(1):91-117
- Lee JH. 2003. Customer's Perceptions for the Development of Eco-friendly Hotel Marketing Strategies: The Case of Deluxe Hotels in Korea. *Tour. Study*, 27(1):141-162
- Lee JW. 2001. Institutional Food service [디지털 경제에서의 전략경영]. Bobmunsa Publishing, Seoul, Korea, pp 19-22
- Lee OH, Kim JK, Lee HSY, Choue RW. 2012. Nutritional Status, Quality of Diet and Quality of Life in Postmenopausal Women with Mild Climacteric Symptoms Based on Food Group Intake Patterns. *Korea J. Community Nutr.*, 17(1):69-80
- Lee SM. 2011. The Status of Meal Delivery Programs and the Study of Homebound Senior's Meal Satisfaction Related to Development of Quality of Life Construct Model. Doctoral degree thesis, Sookmyung Women's University, Korea, pp 107-110
- Mary KM. 2000. Top predictors of middle/junior high school students' satisfaction with school foodservice and nutrition programs. *J. Am. diet. assoc.*, 100(1):100-103
- Mary KM, Martha T. Conklin. 1998. Variables affecting high school students' perceptions of school foodservice. *J. Am. Diet. Assoc.*, 98(12):1424-1429
- 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 30-141
- Min SG, Kim KG, Park IH. 2002. Korean version of WHOQOL [한국판 세계보건기구 삶의 질 척도 지침서]. Hana Publishing, Seoul, Korea, pp 25-70
- Nam SW, Lee JH, Lee CH. 2011. Effects of Food Service Factors on Customer's Satisfaction in the Contracted Food Service Industry -A Comparison of the Contracted Food Service Companies in Ulsan Area-. *Korea Acad. Soc. Hotel Admin.*, 20(5):181-199
- Park JH, Park HJ. 2011. A Study on the Differences of Family Restaurant Selection Attributes and Behavioral Intention by Lifestyle. *J. Foodservice Manag.*, 14(4):125-144
- Park MG. 2012. Trend analysis on the financial soundness of contract foodservice management companies (CFMC): approach to the financial statements from 1999 to 2011. *J. Korean Cook. Sci.*, 28(4):451-461
- Park MK, Yang IS, Kim DH, Shin SY, Lee HY. 2003. Measuring Service Quality Perception of University Faculty Members & Staffs Towards Faculty Foodservice Based on Lifestyle Segmentation. *Korea J. Community Nutr.*, 8(4):556-565
- Raajpoot NA. 2002. TANGSERV. *J. Foodserv. Bus. Res.*, 5(2): 109-127
- Roh GY. 2008. The influence of perceived value on customers' loyalty intentions in the franchised family restaurants -calculative commitment and affective commitment as mediating variables-. Doctoral degree thesis, Soongsil University, Korea, pp 72-119
- Sul HK, Lee SH, Jun JK. 2007. An Exploratory Study on Dietary Behavior in Lifestyle. *J. Foodserv. Manag.*, 10(2):267-284
- Sulek JM, Hensley RL. 2004. The Relative Importance of Food, Atmosphere, and Fairness of Wait the Case of a Full-service Restaurant. *Cornell Hotel Restaur. Admin. Q.*, 45(3):235-247
- Turley LW, Milliman, RE. 2000. Atmosphere effects on shopping behavior: a review of the experimental evidence. *J. Bus. Res.*, 49(2):193-211
- Won HR, Rhie SG, Choi MY. 2006. The Elderly Health and Dietary Management in Gyeonggi Province -Comparison with Gender Difference-. *Korean J. Community Living Sci.*, 17(1):123-139
- Wonjae L, Carolyn U, Lambert. 2000. Impact of waiting time on evaluation of service quality and customer satisfaction in foodservice operations. *J. Foodserv.*, 12(4): 241-254
- Woo SB. 2000. Typology of N-Consumer Based on Internet Usage. *Korean J. Consum. Advert. Pshchol.*, 1(2):47-63
- Yom JC. 2004. Image analysis for repositioning of food service product. Doctoral degree thesis, Kyonggi University, Korea, pp 95-122
- Lee US. 2015. Thanks to the economic boom of the 2014 Silicon Valley, the amount of money paid to S/W developers went through the roof [2014 실리콘 밸리 호황 덕에 소프트웨어 개발자 몸값 치솟아]. *Seoul Economics* 2015. 2. 24. Available from: <http://economy.hankooki.com/lpage/>

worlddecono/201502/e20150224165909117900.htm/
[accessed 2015.08.29]

Song CS. 2011. Google · Facebook · says, “Employees are always right”... Scrambling to introduced creative working environment programs [구글·페이스북·썬스 “직원이 곧 왕이다”...창의적 업무 환경·프로그램 앞 다퉈 도입].

Chosun ILBo 2011. 7. 8 Available from: http://danmee.chosun.com/site/data/html_dir/2011/07/01/2011070101304.html[accessed 2015.08.29]

Received September 2, 2015; revised October 21, 2015; accepted October 22, 2015