

대학 교직원의 라이프스타일에 따른 세분시장별 대학 교직원 급식소 서비스 품질 인식 분석*

박문경[†] · 양일선 · 김동훈¹⁾ · 신서영²⁾ · 이해영³⁾

연세대학교 생활과학대학 식품영양학과, 연세대학교 경영대학 경영학과,¹⁾
香港理工大學 酒店及旅遊業管理學院,²⁾ 연세대학교 식품영양과학연구소³⁾

Measuring Service Quality Perception of University Faculty Members & Staffs Towards Faculty Foodservice Based on Lifestyle Segmentation

Moon-Kyung Park,[†] Il-Sun Yang, Dong-Hoon Kim,¹⁾ Seo-Young Shin,²⁾ Hae-Young Lee³⁾

Department of Food and Nutrition, Yonsei University, Seoul, Korea

Department of Business Administration,¹⁾ Yonsei University, Seoul, Korea

School of Hotel & Tourism Management,²⁾ Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, China

Research Institute of Food & Nutrition Sciences,³⁾ Yonsei University, Seoul, Korea

ABSTRACT

Market segmentation helps providers to find better marketing opportunities and allows foodservice managers to develop the right product for each target market. Therefore, this study, taking university faculty and staff as subject, is intended to diagnose the relative value of service quality attribute, on the basis service quality scenario of faculty foodservice; to suggest price for improving customer loyalty in market segments. A questionnaire was developed and mailed to 600 Yonsei university faculty and staffs. A total of 385 questionnaires were usable; resulting in a 58.7% of faculty and a 69.7% of staff response rate, respectively. Statistical data analysis was completed using the SAS/Win 6.12 for descriptive Analysis, ANOVA, principal factor analysis, cluster analysis, reliability test and discriminant analysis. The results of the study are as below. Eighteen questions were selected for measuring respondents' lifestyle by AIO method and the seven lifestyle factors derived from factor analysis and aggregated distinct 4 clusters. Service quality attributes of the scenario were determined with 'food quality', 'menu variety', 'atmosphere', 'fast service', and 'clean and sanitation'. 'Food quality', 'menu variety', 'atmosphere', 'fast service', and 'clean and sanitation', in decreasing order, were identified as improving customer loyalty. However, most faculty and staffs were satisfied with the present meal price. The result of this study indicates that the relative value of service quality was differed significantly among the various market segments. 'Food quality', 'menu variety', and 'atmosphere' were determined as major service quality attributes. Thus, customer loyalty could be increased by improving food taste and quality, atmosphere, and service delivery. (Korean J Community Nutrition 8(4) : 556~565, 2003)

KEY WORDS : service quality · university faculty foodservice · segmentation · lifestyle · scenario

서론

학교는 공공 서비스에 기여하도록 설립된 기관(organi-

zation)이나 단체(foundation)로 정의되고 있지만(Webster 1988), 대학급식의 이미지는 기관의 이미지는 줄어들고 상업적인 급식소의 이미지를 더해가고 있다(Sutherland & Badinelli 1993). Green (1994)의 연구에 따르면, 대학급

채택일 : 2003년 7월 23일

*본 연구는 1999년도 연세대학교 생활협동조합 연구비에 의하여 지원되었음.

[†]Corresponding author: Moon-Kyung Park, Department of Food & Nutrition, Yonsei University, #134 Shinchon-dong, Seodaemun-gu, Seoul 120-749, Korea

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

식도 건강을 증진시키고 기대에 부응하는 음식을 먹고자하는 고객의 동기(motivation)에 맞춰 변하고 있다고 보고 하였고, Gaddis와 Costello (1994)는 대학급식의 경영방식이 직영에서 위탁으로 변화하는 경향을 보이고 있다고 밝혔다.

이처럼, 과거에는 대학 급식소의 역할이 단순히 음식을 제공하는데 국한되어 있었으나, 근래에는 점차 증가 추세에 있는 외식산업에 접할 기회와 선택범위가 증가함에 따라, 대학 급식소에 대한 관심이 음식의 제공뿐만 아니라 영양 요구량의 충족과 양질의 서비스 제공, 청결 및 위생 등에 이르기까지 확대되고 있다. 이와 같이 점점 다양해지고 확대된 피급식자들의 요구와 재정적 압박은 대학급식소에 상당한 영향을 미치게 되어 품질과 소비자 만족에 초점을 두는 마케팅 전략의 강화 경향이 두드러졌다(Green 1993; Dohrman 1993a; Sutherland & Badimelli 1993; Rudd & Beahen 1994; Edett & Prout 1994; Badinelli & Engstrom 1993; Dohrman 1993b).

또한, 그 동안 고객확보에 어려움이 적었던 대학급식도 외부 환경과의 경쟁이 심화되면서 고객 확보뿐 아니라, 유지하기 위해서 최근에 대두되고 있는 관계마케팅(relationship marketing)의 개념 도입이 요구되며, 그 전략적 방안으로 시장세분화의 중요성이 부각되고 있다.

따라서, 고품질 기준의 매우 복잡한 고객으로써, 일반적으로 지불한 가격에 대해 좋은 가치(value)를 제공받고자 기대하는 대학 급식 피급식자의(McCool 등 1994) 복잡한 특성을 파악하기 위해, 시장세분화를 통해 세분시장이 요구하는 주요 서비스 품질 속성들의 개선에 노력을 집중시켜 고객 만족을 유도하고, 이러한 변화가 교외(校外)식당을 이용하던 계층까지 흡수하여, 고객 확보 및 유지를 넘어선 고객 애호도(loyalty) 증진을 실현하고(Kim 1999), 고객의 행동을 유의적으로 예측 가능하게 하는 서비스 품질의 상대적 가치(Novak & MacEvoy 1990)에 초점을 두어야 한다. 또한, 일반적인 교직원식당은 카페테리아에서의 것보다는 좀 더 높은 서비스를 제공해야하므로, 이를 위해 대학급식의 교직원식당 운영자는 고객의 요구에 영향을 주는 최근의 정치, 사회, 라이프스타일 동향을 인지하는 것이 중요하다(McCool 등 1994).

이러한 연구를 바탕으로, 기존의 경영자 중심의 체계에서 고객 중심의 운영 체제로 전환시켜 서비스 제공 활동을 전개시켜야 할 것이며(Kim 1997), 이를 위해 교직원의 관점에서, 종합적이고 체계적이며 과학적인 방법으로 교직원식당을 평가하고 이에 대한 개선이나 합리화에 기여할 수 있는 방안이 모색되어야 한다.

조사대상 및 방법

1. 조사대상 및 시기

본 연구의 조사 대상은 연세대학교의 교수 및 직원으로, 설문지 회수율을 고려하여 원주, 의·치·간호대를 제외한 전체 599명의 교수 중 300명과 의료원 및 원주, 일산 등을 제외한 본교 행정직 직원 348명 중에서 300명을 선정하였다. 출장 및 연구년인 교수와 보조, 파견, 기사장인 직원을 제외하고 각 단대 구성원비율 및 남녀의 성비를 고려한 체계적표본(systematic sample)추출법을 이용하여 대상을 선정한 후 1999년 12월 17일 교내 우편을 통해 조사대상자의 해당 근무지로 설문지를 배포하였고, 확인 전화를 실시하여 2000년 1월 7일부터 13일까지 미회수된 응답자들에게 설문지를 재발송 하였다. 선정된 조사대상의 남·녀 성비는 모두 비슷한 수준으로 구성되었다.

2. 조사내용 및 방법

시나리오를 활용한 자기응답 방식의 설문지 조사법(self-administered questionnaire)을 이용하여 '음식의 품질', '메뉴의 다양화', '식당의 분위기', '식사의 빠른 해결', '위생/청결'의 5가지 서비스 품질 속성 개선 시나리오(scenario)별 설문지를 각각 교수 및 직원 60부씩 총 교수 300부, 직원 300부의 설문지를 배포하였다.

불성실 기재로 분석에 이용되지 않은 '음식의 품질'에 대한 설문지 1부를 제외하고, 회수된 모든 설문지는 분석에 이용되었다. 각각의 시나리오별 설문지 이용율은 교수가 50%에서 70%, 직원이 63%에서 75%로, 모든 시나리오별 설문지는 50% 이상 회수되어 분석에 이용되었으며, 직원이 다소 높은 회수율을 나타냈다.

3. 통계적 분석 방법

본 연구 결과는 SAS/Win 6.12 통계 package를 이용하여 분석하였으며, 교수 및 직원의 일반사항은 기술통계로 평균, 표준편차, 빈도, 백분율을 구하였다. Cronbach' α 를 이용하여 라이프스타일의 내적 일치도 검증을 통한 신뢰도 분석을 하였고, 교수 및 직원의 라이프스타일을 세부항목 영역별로 분류하기 위하여 주성분요인분석을 실시하였다. 교수 및 직원의 라이프스타일 요인점수를 이용한 군집분석을 실시하여 분류하였고, 판별분석으로 오분류율을 산출함으로써 분류 검증을 실시하였다. 교직원식당 개선 시나리오를 이용한 조사대상자 군집별 향후 이용계획 및 개선 시적정 1기 식사가격의 차이분석은 ANOVA를 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 개인적 특성

연세대학교 교수 및 직원의 일반사항은 다음 Table 1과 같다. 전체 응답자 385명 중 남성 293명(76.3%), 여성 91명(23.7%)이었다. 연령별로는 40대가 133명(34.5%)으로 가장 많았고, 30대 114명(29.6%), 50대 87명(22.6%), 60대 38명(9.9%)이었으며, 20대 응답자도 13명(3.4%)으로 조사되었다.

비교적 단과대학의 응답자(50.2%)가 많은 것은 교수와 직원이 모두 포함되어 있기 때문이다. 응답자 중 교수는 176명(45.7%), 직원은 209명(54.3%)이었다. 응답자들의 평균 근무년수는 14.3년이었고, 표준편차는 8.0년으로 조사되었다.

2. 조사대상자의 라이프스타일에 따른 세분화

1) 라이프스타일 신뢰도 검증 및 요인분석

신뢰도 검증을 위하여 cronbach's α 를 이용해 라이프

Table 1. Demographics of faculty and staff

Category	Count	Percentage (%)
Sex		
Male	293	76.3
Female	91	23.7
Total	384	100.0
Age		
20 - 29	13	3.4
30 - 39	114	29.6
40 - 49	133	34.5
50 - 59	87	22.6
Over 60	38	9.9
Total	385	100.0
Work place		
College (N = 10)	193	50.2
Professional graduate school (N = 11)	22	5.8
Research institute (N = 7)	5	1.4
Office of administration (N = 16)	109	28.4
Library (N = 1)	26	6.8
etc. (N = 14)	26	6.8
Total	381	99.4
Status		
Faculty	176	45.7
Staff	209	54.3
Total	385	100.0
Work experience		14.3 ± 8.0 ¹⁾

¹⁾ mean ± SD (minimum: 2, maximum: 40)

스타일의 내적 일치도를 검증한 결과, 모든 문항들이 일반적으로 신뢰할만한 수준으로 여겨지는 0.6을 상회하여, 각각의 문항들이 신뢰할 수 있는 결과를 내고있는 것으로 판단되어(Chae 1993), 모든 문항이 연구에 이용되었다. 18개 항목 전체에 대한 내적 신뢰도는 0.6308이고, 각 문항에 대한 내적 신뢰도는 최소 0.6101부터 최대 0.6752로 나타났다.

응답자들의 라이프스타일을 상관관계가 높은 문항들끼리 요약하고, 동질적인 세부항목 영역별로 분류하기 위하여 주성분요인분석을 이용하였으며, 스크리 검사와 요인의 해석 가능성을 고려하여 요인을 추출하였다. 요인 해석의 단순성을 위하여 요인의 회전 방법으로는 varimax방식을 이용하였다(Kim 등 1990; Lee 1995; Lee 1993; Sung 1999).

요인 분석의 결과 요인 적재량을 다음 Table 2에 제시하였다. 7개의 라이프스타일 요인으로 각각 세부 영역이 분류되었으며, 총분산 중 요인 1로 설명되어지는 비율은 17.11%였다. 총분산에 대한 각각의 요인별 설명력은 요인 2는 9.89%, 요인 3은 8.30%, 요인 4는 7.31%, 요인 5는 6.69%, 요인 6은 5.95%, 요인 7은 5.84%를 설명하였다. 총분산 중 7개의 공통인자에 의하여 설명되어지는 누적비율은 61.09%였다.

요인 1에서는 '나는 좀 더 나은 나를 만들기 위해 항상 노력한다', '나는 지금보다 잘 살게 되더라도 저축을 많이 하겠다', '나는 평소에 목표를 정하고 노력하는 편이다'의 적극적으로 계획하고 노력하는 문항들로 분류되어 「계획적 노력성」으로 명명하였다. 요인 2에서는 건강관련 문항들로 '나는 건강을 위해 음식에 신경을 쓰는 편이다', '나는 건강을 위해 특별한 운동을 한다', '음식은 맛과 향기보다 영양가가 더 중요하다'로 분류되어 「건강지향성」으로 명명하였다. 요인 3은 사회적 성향의 문항들로 '나는 봉사단체에 가입하여 봉사활동에 많이 참여하고 있는 편이다', '나는 새로운 사람을 만나는 것을 좋아한다', '직장 동료와 학교 밖에서도 자주 어울리는 편이다'로 분류되어 「사회적 사교성향」으로 명명되었다. 요인 4는 '몸이 아파도 일 때문에 쉬지 못하는 경우가 있다', '여가 시간이 충분치 않다'의 문항으로 「시간 부족성향」으로 명명하였다. 요인 5는 '값싼 상품을 구입하기 위해 여러 상점에서 가격을 비교한다', '나는 간식이나 군것질을 잘하는 편이다'의 문항으로 분류되어 「여성적 성향」으로 명명하였다. 요인 6은 '가능하면 안정된 직종보다는 위험성은 있으나 내 자질을 키울 수 있고 가능성이 높은 직종을 택하고 싶다', '식사 준비에 소요되는 시간을 줄이기 위해 반조리

Table 2. Factor analysis based on lifestyle

항 목	Factor ¹⁾						
	1	2	3	4	5	6	7
I always effort to improve myself	.81						
I have a propensity to save	.75						
I usually establish a goal and do my best	.77						
I have concern in healthy food		.71					
I always take specific exercise for health		.66					
I think that nutrition is more important than taste and flavor in meal		.68					
I participate as volunteer in many association			.60				
I like to meet unknown-person			.65				
I join with coworker out of the work			.75				
I can't rest in spite of having a sickness				.80			
I lack spare time				.75			
I compared to price for saving money whenever I purchase an something					.73		
I like to snacking between regular meals					.75		
I want to the job for developing ability						.61	
I approve of using convenience food for saving time						.68	
I have propensity to buy something on a budget ²⁾							-.65
I like to find out the restaurant in where meal is delicious							.50
If I will discover bug or hair in food, I'll have to notice that to the host							.56
% of variance ³⁾	17.11	9.89	8.30	7.31	6.69	5.95	5.84
Eigenvalue	3.08	1.78	1.49	1.32	1.20	1.07	1.05

¹⁾ factor 1: Inclination toward endeavor factor, 2: Inclination toward Health intention, factor 3: Inclination toward social intercourse, factor 4: Inclination toward insufficient time, factor 5: Inclination toward a female, factor 6: Inclination toward intention, factor 7: Inclination toward oneself

²⁾ reverse coding

³⁾ Cumulative % of variance: 61.09

식료이나 편의식품을 사용하는 것은 상관없다' 로 분류되어 '목표 지향성'으로 명명하였다. 요인 7은 '나는 계획된 금액을 초과하여 물건을 사지 않는 편이다', '나는 음식 잘하는 집을 찾아다니면서 먹는 것을 좋아한다', '식당에서 음식을 먹다가 머리카락이나 벌레가 나온다면 주인에게 반드시 말해야 한다고 생각한다' 의 문항들로 「자기 충실 성향」의 영역으로 명명하였다.

따라서, 6개 영역에 대해 AIO (Activity, Interest, Opinion) 방식으로 선정된 18개 라이프스타일 문항은 요인분석결과, 보다 세부적인 7개의 요인으로 분류되었다.

2) 조사대상자 세분화

심리변수 중에서 응답자들의 라이프스타일 요인점수를 이용하여 시장세분화를 통한 고객의 세부적인 요구를 규명하고자 하였다(Kotler 등 1999). 이를 위해 객체나 대상들을 밀접한 유사성(similarity) 또는 거리(distance)에 의하여 몇 개의 군집으로 집단화하는 비계보적 분석인 k-means 군집방법을 이용한 군집분석을 하였다. 그러나, 군집방법은 구룹의 수 혹은 구룹 구조에 대한 가정이 없이 객

체들 사이의 유사성 또는 거리에 의하여 군집을 구분하므로, 방법에 따라 군집의 수와 군집의 내용이 달라질 수 있으므로(Sung 1999), 군집들 간의 중복성이 극소화되고 군집의 크기가 시장세분화의 기준으로 사용될 수 있을 정도로 고루 분산되어 있는지를 고려하여(Kim 1994), 4개의 군집수가 적정한 것으로 분석되었다. 또한, 판별분석을 통해 군집 분석 분류의 정확성을 검증한 결과 4개의 군집으로 나누는 것이 오분류율이 1.10%로 가장 적었고(Sung 1999), 군집수 4개를 기준으로 군집수가 증감함에 따라서 오분류율이 증가하는 결과를 보여 군집수를 4개로 확정하였다.

3) 세분 군집별 특성

4개의 군집이 각각 내포한 군집별 라이프스타일 요인 성향은 다음 Fig. 1-4에 제시하였다. 군집 1은 「자기충실성향(0.755)」, 「목표 지향성(0.745)」의 특성이 강하며, 시간은 많으나 사회적 사교성이 부족한 것으로 분석되었다. 군집 2에 속하는 응답자들은 「건강지향성(-0.740)」, 「목표지향성(-0.541)」의 특성이 낮고 다른 군집들보다 「여성적 성향(0.412)」이 가장 높으며, 「시간 부족 성향

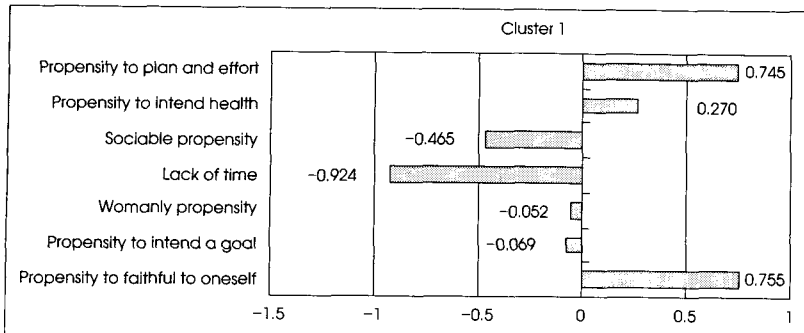


Fig. 1. Lifestyle pattern of cluster 1.

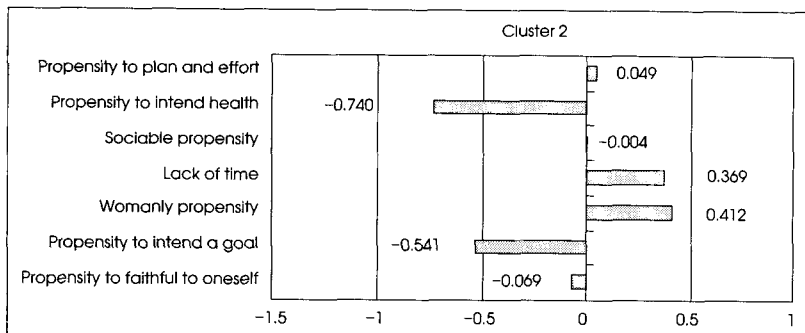


Fig. 2. Lifestyle pattern of cluster 2.

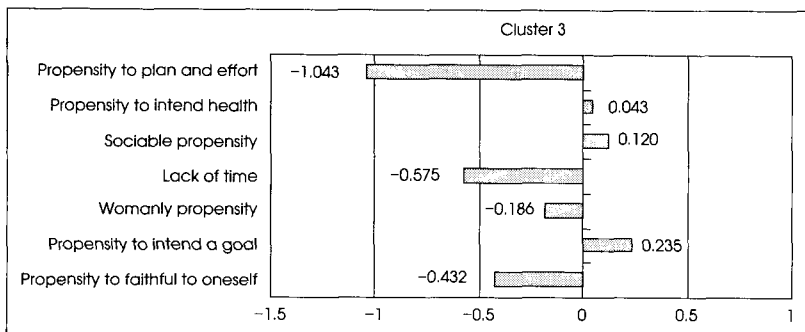


Fig. 3. Lifestyle pattern of cluster 3.

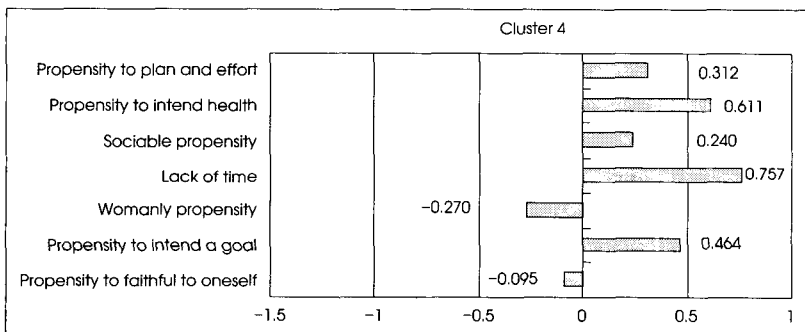


Fig. 4. Lifestyle pattern of cluster 4.

(0.369)인 것으로 분석되었다. 군집 3은 다른 군집에 비해서 「계획적 노력성(-1.043)」이 낮고 시간은 있으나, 자신에 충실하지 못한 것으로 분석되었다. 군집 4는 건강(0.611)과 목표(0.464)를 지향하면서, 시간이 절대적으로 부족(0.757)한 군집인 것으로 분석되었다.

군집별 개인적 특성 차이는 다음 Table 3에 제시하였다. 군집 1은 남성(83.1%)이 많고($p < .05$), 40대가 45.1%로 대부분을 차지하고 있었으며, 다음으로 30대가 28.2%였다($p < .001$). 교수가 46.5%로 군집 4(59.8%) 다음으로 많은 비율을 차지하고 있었으며, 응답자들의 근무지는 대

Table 3. Demographics by cluster

Category	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Count (%) χ^2
Sex					
Male	59 (83.1)	75 (68.2)	72 (84.7)	70 (72.2)	9.97*
Female	12 (16.9)	35 (31.9)	13 (15.3)	27 (27.8)	
Age					
20-29	1 (1.4)	2 (1.8)	6 (7.1)	3 (3.1)	34.21***
30-39	20 (28.2)	50 (45.1)	13 (15.3)	26 (26.8)	
40-49	32 (45.1)	30 (27.0)	28 (32.9)	35 (36.1)	
50-59	10 (14.1)	23 (20.7)	24 (28.2)	24 (24.7)	
Over 60	8 (11.3)	6 (5.4)	14 (16.5)	9 (9.3)	
Status					
Faculty	33 (46.5)	37 (33.3)	35 (41.2)	58 (59.8)	15.25**
Staff	38 (53.5)	74 (66.7)	50 (58.8)	39 (40.2)	
Distance					
Near	23 (32.4)	43 (38.7)	29 (34.1)	30 (30.9)	8.15
Medium	20 (28.2)	38 (34.2)	37 (43.5)	39 (40.2)	
Far	28 (39.4)	30 (27.0)	19 (22.4)	28 (28.9)	

Cluster size (N): cluster 1 (71) cluster 2 (111) cluster 3 (85) cluster 4 (97), *: $p < .05$, **: $p < .01$, ***: $p < .001$

부분 교직원식당에서 먼 거리(39.4%)거나 가까운 거리(32.4%)인 것으로 조사되었다.

군집 2는 여성이 31.8%를 구성하고 있어, 다른 군집에 비해 여성이 유의적으로 많은 비율을 차지하고 있었다($p < .05$). 즉, 군집별 라이프스타일 특성에서 「여성적 성향」의 요인점수(0.412)가 다른 군집보다 가장 높았던 것도 이 때문으로 사료된다. 또한 30대(45.1%)가 가장 많으면서, 60대의 비율이 가장 적어($p < .001$), 평균 42.3세로 평균연령이 가장 낮았다($p < .01$). 라이프스타일 특성에서 「건강 지향성」의 요인점수(-0.740)가 가장 낮은 결과에 비추어 볼 때, 젊은 사람일수록 건강에 무관심한 것으로 사료된다. 직급별 구성비는 교수(28.3%)의 비율이 가장 낮고 평직원의 비율(44.3%)이 타군집에 비해 가장 높은 것($p < .01$)으로 보아, 30대의 여성 평직원이 유의적으로 많이 속해 있는 것으로 사료되며, 근무지가 교직원식당과 가까운 응답자들이 가장 많이 속해 있는 군집으로 분석되었다.

군집 3은 남성이 84.7%($p < .05$)로 다른 군집 가운데 가장 많았다. 20대(7.1%)가 가장 높은 비율이지만, 50대(28.2%)와 60대(16.5%)도 가장 높은 비율($p < .001$)로 평균연령(46.7세)이 가장 높은 군집으로 조사되었다($p < .01$). 직원이 많고 과장과 보직교수의 비율이 유의적으로 높게 나타나($p < .01$), 이는 연령 분포와 무관하지 않

은 결과로 사료된다. 근무지는 교직원식당에서 중간 거리(46.5%)인 응답자가 다른 군집보다 많이 속한 것으로 조사되었다.

군집 4는 여성의 구성비(27.8%)가 두 번째로 높은 군집으로($p < .05$), 40대(36.1%)를 제외하고는 30대(26.8%)와 50대(24.7%)도 비슷한 수준으로 구성하고 있으며, 교수(59.8%)가 직원보다 유의적으로 많은 유일한 군집으로 조사되었다($p < .001$). 군집별 라이프스타일 특성에서 「시간 부족성향」의 요인점수(0.757)가 다른 군집보다 가장 높은 결과와 비교해 볼 때, 교수들의 시간 부족이 절대적인 것으로 사료된다.

3. 시나리오 분석

1) 서비스 품질 속성에 대한 인식

사전 대면면접에서, ‘점심식사를 통해서 가장 충족되기를 원하는 욕구’, ‘현재의 교직원식당에서 가장 개선되기를 바라는 점’, ‘일반 교직원식당에서 가장 중요한 품질속성’ 등의 결과를 근거로 조사대상자의 의견수렴과 문헌고찰(Yang 등 1995; Yang 등 1998; Kim 1997; Han 1997; Weon 1999), 교직원식당의 자체 조사 보고서(1999)를 통해 음식의 품질, 메뉴의 다양화, 식당의 분위기, 식사의 빠른 해결, 위생 및 청결의 5가지 서비스 품질 속성을 선정하여 현재의 교직원식당의 개선 방향을 수립하였다.

수립된 개선 방향을 각각의 시나리오로 구성하여, '어떤 서비스 품질 속성을 개선할 때 고객의 이용빈도를 가장 높일 것인가'를 지금의 이용빈도와 상대적으로 비교한 7점 척도를 이용해 평가하였고, 그때의 고객이 생각하는 '개선 후 적정가격'을 조사하였다. 이를 통해 현재 교직원식당의 개선점으로 가장 시급하게 생각하는 고객의 욕구 분석 및 고객의 구매의도를 높일 수 있는 고객 가치 요인의 상대적 강점과 약점을 파악하였다. 현재의 교직원식당에서 제공하는 서비스 품질을 '음식의 품질', '메뉴의 다양화', '식당의 분위기', '식사의 빠른 해결', '위생 및 청결'의 5가지 속성별 시나리오로 분류하여 각각의 유형에 초점을 두고 중점적으로 개선을 하되 중점 개선속성이 아닌 기타 제반 서비스 속성들은 지금의 수준을 유지하는 것을 명시하였다. 조사 결과, '음식의 품질(5.38)', '메뉴의 다양화(5.25)', '식당의 분위기(4.66)', '식사의 빠른 해결(4.46)', '위생 및 청결(4.30)'의 순으로 높게 조사되었다($p < .01$) (Table 4). 평균 4.80으로 모든 서비스 품질 속성에 대해서 조사대상자들은 현재의 교직원식당이 개선된다면 '지금보다 자주 이용하겠다'고 응답하였다.

Restaurant & Institutions research에 따른, 1999년 미국인의 중요 레스토랑 선택속성이 음식의 질(95%), 청결(93%), 서비스(87%), 가치(85%), 메뉴의 다양성(74%), 편리함(67%), 환경(56%)의 순서였고, 2000년 보고에서는 음식의 질, 청결, 가치, 편리성, 환경과 메뉴의 다양성 순서인(Duen 1999; Silver 2000) 것과 비교할 때, '음식의 품질'이 가장 재구매를 늘릴 것이라는 본 연구와는 동일한 결과를 나타냈지만, 기타 다음 서비스 품질 속성의 순위가 다른 것은 본 연구의 대상이 단체급식이므로 일반 외식업체와는 상이한 것으로 사료된다.

시나리오에 제시된 사항에 맞게 개선되었을 때, 적정 1끼 식사가 가격은 평균 3,661원이었고, 중앙값(median)은 3,500원이었다. 최소가격은 2,000원 이었으며, 최대가격은 10,000원으로, 시나리오별 유의적인 차이는 없었다. 이

상점(outlier) 판정결과, 5,500원 초과금액의 응답자 5명은 이상점으로 판정되었으며, 이와 같은 이상점들을 제거한 후의 평균 1끼 적정가격은 3,607원 이었다. 따라서, 이상점 제거 여부에 큰 영향을 받고 있지 않으므로, 이후 분석에서 제시되는 예상 적정가격은 모두 이상점을 제거하지 않고 분석한 결과이다.

응답자들은 현재 교직원식당의 개선 후에는 지금보다 이용빈도가 늘어날 잠재고객으로 분석되었고, 특히 고품질의 음식과 다양한 메뉴개발이 고객의 이용빈도를 높일 수 있는 가장 큰 서비스 품질 속성으로 분석되었다. 또한 응답자들은 교직원식당이 개선되어도, 가격수준은 서비스 속성의 종류와는 무관하게 현재의 수준과 비슷한 가격대가 적정하다고 판단하는 것으로 분석되어 조사대상자는 현재의 제공되는 서비스가 가격 수준에 미치지 못하다고 여기는 것으로 사료된다.

2) 라이프스타일에 따른 세분시장별 서비스 품질 인식

라이프스타일에 따라 고객들은 서비스 품질에 대해서 다른 견해일 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하여 각각의 가설을 검증하는 방법으로 기존 교직원식당의 서비스 품질 개선방향에 대한 인식을 조사하였다.

- H1 : 교직원의 라이프스타일에 의한 세분시장에서 서비스 품질의 상대적 가치는 차이를 보일 것이다.
- H2 : 각각의 서비스 품질은 교직원의 라이프스타일에 의한 세분시장에 따라 재구매 빈도의 증가에 미치는 영향이 다를 것이다.
- H3 : 교직원의 라이프스타일에 의한 세분시장에서 서비스 품질 개선과 가격은 무관할 것이다.
- H4 : 각 서비스 품질 개선에 따른 가격은 교직원의 라이프스타일에 의한 세분시장과 무관할 것이다.

응답자들의 라이프스타일 성향에 따른 세분시장별 현재 교직원식당의 서비스 품질속성의 개선 순위를 규명함으로써 상대적 가치를 분석하고자, 군집별 시나리오에 따른 개선 후 이용빈도 및 그 때의 적정 가격을 분석하였다.

Table 4. Usage rate and reasonable price according to scenario

Service quality attribute (N)	Usage rate ¹⁾		Reasonable price (won) ²⁾	
	mean ± SD	F-value	mean ± SD	F-value
Food quality (68)	5.38 ± 1.26 ^a	8.69**	3,686 ± 729	1.66
Menu variety (79)	5.25 ± 1.20 ^{ab}		3,758 ± 975	
Atmosphere (81)	4.66 ± 1.43 ^{bc}		3,801 ± 773	
Fast service (85)	4.46 ± 1.48 ^c		3,531 ± 633	
Sanitation (72)	4.30 ± 1.54 ^c		3,529 ± 1,099	
Mean	4.80 ± 1.45		3,661 ± 856	

¹⁾ 7 point likert scale (1: never use → 4: use same frequency as now → 7: use more than now)

²⁾ minimum price: 2,000/maximum price: 10,000, ^{abc}: tukey multiple comparisons, **: $p < .01$

Table 5. Usage rate and reasonable price by scenario according to lifestyle cluster mean ± SD

		Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	F-value
Usage rate ¹⁾	Food quality	5.78 ± 1.20 ^a	5.52 ± 1.20 ^a	5.15 ± 1.14 ^a	5.12 ± 1.50	0.76
	Menu variety	5.63 ± 1.31 ^{ab/a}	5.55 ± 1.01 ^{ab/b}	4.50 ± 1.40 ^{a/b}	5.29 ± 1.00 ^{a/b}	2.88**
	Atmosphere	4.18 ± 1.38 ^{bc/a}	4.30 ± 1.03 ^{b/a}	5.29 ± 1.19 ^{a/a}	4.88 ± 1.73 ^a	2.91*
	Fast service	4.17 ± 1.38 ^c	4.50 ± 1.41 ^{ab}	4.65 ± 1.62 ^a	4.39 ± 1.56	0.33
	Sanitation	4.55 ± 1.29 ^{abc}	4.52 ± 1.57 ^{ab}	4.00 ± 1.53 ^a	4.50 ± 1.65	0.52
	F-value	4.78**	4.78**	2.55*	1.44	
	Reasonable price (won)	Food quality	3,889 ± 928	3,722 ± 556	3,525 ± 521	3,677 ± 983
Menu variety	3,863 ± 754	3,641 ± 810	3,654 ± 875	3,896 ± 1,285	0.36	
Atmosphere	3,647 ± 702 ^e	3,405 ± 893 ^e	3,943 ± 706 ^a	4,200 ± 528 ^a	3.94*	
Fast service	3,361 ± 509	3,468 ± 596	3,735 ± 640	3,557 ± 766	1.07	
Sanitation	3,400 ± 615	3,643 ± 1,534	3,389 ± 631	3,733 ± 1,208	0.35	
F-value	1.72	0.43	1.77	1.06		

¹⁾ 7 point likert scale (1: never use → 4: use same frequency as now → 7: use more than now)

^{abc}: Tukey multiple comparisons by service quality attribute

^{a,b}: Tukey multiple comparisons by cluster

*: p < .05, **: p < .01

군집별 각각의 서비스 품질 속성에 대한 차이는 다음의 Table 5에 제시되었다.

개선 후 이용빈도를 늘리는 서비스 품질 속성의 순위는 군집 1(p < .01)의 경우, ‘음식의 품질’, ‘메뉴의 다양화’, ‘위생/청결’, ‘식당의 분위기’, ‘식사의 빠른 해결’이었고, 군집 2(p < .01)의 경우 ‘메뉴의 다양화’, ‘음식의 품질’, ‘위생/청결’, ‘식사의 빠른 해결’, ‘식당의 분위기’로 조사되었다. 군집 3(p < .05)은 ‘식당의 분위기’, ‘음식의 품질’, ‘식사의 빠른 해결’, ‘메뉴의 다양화’, ‘위생/청결’의 순위였으며, 군집 4메뉴를 다양하게 개선하는 것이 이용 빈도를 가장 증가시키는 결과로 나타났지만, 각각의 서비스 속성별 유의적인 차이는 없었다.

즉, 군집 1은 ‘음식의 품질(p < .01)’을 개선했을 때, 유의적으로 가장 높은 이용빈도를 나타냈고, 군집 2(p < .01)와 군집 4는 ‘메뉴의 다양화’, 군집 3은 ‘식당의 분위기(p < .05)’ 개선 후 이용빈도가 가장 높을 것으로 조사되었다. 또한 군집 3은 ‘식당의 분위기’가 고객의 재구매를 가장 늘릴 수 있는 개선점인 반면, 군집 2에서는 다른 서비스 품질 속성들보다 재구매 유도가 가장 낮은 개선점으로 조사되었다. 따라서, 남성 및 직원의 구성이 많은 군집 1은 ‘식사의 빠른 해결’ 속성이 개선 후 이용 빈도의 증가가 유의적으로 가장 낮은 것으로 조사되어, 군집 1의 라이프스타일 성향에 시간이 부족하지 않은 성향과 부합되는 것으로 사료된다. 군집 2는 ‘위생/청결’ 속성이 개선 후 이용 빈도를 3번째로 높이는 결과를 보였고, ‘식당의 분위기’가 이용 빈도의 증가에 가장 영향이 적은 것으로 나타났다. 군집 3은 ‘식당의 분위기’가 가장 중요한 개선점이

었다. 또한, ‘메뉴의 다양화(p < .01)’ 속성과 ‘식당의 분위기(p < .05)’는 군집간 유의적인 차이를 나타내어 라이프스타일 차이에 따라 두 속성의 이용빈도의 증가가 다를 것으로 사료된다. 특히, 근무지가 교직원 식당에서 먼거리인 조사대상자가 가장 많은 군집 1이 다른 군집보다 메뉴의 다양화 속성에 대한 요구가 큰 것으로 분석되었다.

즉, ‘음식의 품질’, ‘메뉴의 다양화’, ‘식당의 분위기’ 속성을 개선할 때 각각의 군집이 요구하는 가치를 충족시킴으로써 고객만족을 통한 이용빈도 극대화가 가능할 것으로 분석되었다. 그러나, 군집별 각각의 서비스 품질속성의 개선에 따른 적정가격 범위는 3,361원에서부터 4,200원으로 현재의 가격수준과 유사하게 조사되었고, ‘식당의 분위기’ 속성은 역시 교수가 가장 많은 비율로 속해있는 군집 4에서 가장 높은 가격을 제시하여 군집간 차이를 보였다(p < .05). 이는 시나리오 개발을 위해 사전 대면면접으로 파악된 결과에서 교수가 ‘식당의 분위기’ 속성에 대한 요구가 컸고, 직원은 교직원식당이 사원식당의 역할도 어느 정도는 수행하는 급식소로 인식하고 있으므로 저렴해야 한다는 인식의 차이를 반영한 결과로 사료된다. 또한 가격이 높아지면 알렌관이나 상남경영관 같은 가격이 높으면서 서비스 품질의 수행이 잘 이루어지는 곳을 이용하게 되기 때문으로 사료된다. 따라서, 연구결과 가설 H4만 기각되고 모두 채택되었다.

요약 및 결론

본 연구는 연세대학교 교직원식당의 이용 고객의 라이프

스타일에 따라 차별적인 서비스를 제공함으로써 기존의 교직원식당을 개선해보고자 하였다.

1) AIO 분석을 적용한 전체 응답자의 라이프스타일은 신뢰도 검증을 위하여 cronbach's α 를 이용해 내적 일치도를 검증한 결과, 모든 문항들이 일반적으로 신뢰할만한 수준으로 여겨지는 0.6이상으로 분석되었다.

2) 라이프스타일을 상관관계가 높은 문항들끼리 요약하고, 동질적인 세부항목 영역별로 분류하기 위하여 주성분 요인분석을 실시한 결과, 7개의 요인으로 각각 세부 영역이 분류되었으며, 각각의 요인별 설명력은 요인 1이 17.11%, 요인 2는 9.89%, 요인 3은 8.30%, 요인 4는 7.31%, 요인 5는 6.69%, 요인 6은 5.95%를, 요인 7은 5.84%를 설명하였다. 따라서 총분산 중 7개의 공통인자에 의하여 설명되어지는 누적비율은 61.09%였다. 각각의 요인은 「계획적 노력성」, 「건강지향성」, 「사회적 사교성향」, 「시간 부족성향」, 「여성적 성향」, 「목표 지향성」, 「자기 충실성향」으로 명명되었다.

3) 응답자들의 라이프스타일 요인점수를 이용하여 객체나 대상들을 밀접한 상사성 또는 거리에 의하여 몇 개의 군집으로 집단화하는 군집분석과 판별분석을 통해 분류의 정확성 검증을 실시하여 4개의 군집으로 분류한 결과, 군집별 라이프스타일 요인 성향은 군집 1은 「자기충실성향(0.755)」, 「목표 지향성(0.745)」이 강하며, 군집 2는 「여성적 성향(0.412)」, 「시간 부족성향(0.369)」, 군집 3은 「계획적 노력성(-1.043)」이 다른 군집에 비해서 많이 낮고 군집 4는 「건강지향성(0.611)」, 「목표 지향성(0.464)」 및 「시간 부족성향(0.757)」이 강한 것으로 분석되었다.

4) 군집별 개인적 특성은 군집 1은 남성($p < .05$), 40대와 30대($p < .001$)가 많고, 평균수가 40%의 비율인 것으로 조사되었으며, 주임과 보직교수가 높은 비율을 차지($p < .01$)하였다. 또한 근무지는 대부분 먼 거리(39.4%)거나 가까운 거리(32.4%)인 것으로 조사되었다. 군집 2는 여성이 31.8%($p < .05$)이었고, 45.0%로 30대가 가장 많으면서($p < .001$), 평직원의 비율(44.3%)이 타군집에 비해 가장 높았다($p < .01$) 근무지는 교직원식당과 가까운 응답자들이 가장 많이 속해 있는 군집이었다. 군집 3은 남성이 84.7%($p < .05$)로 다른 군집보다 가장 많고, 평균연령(46.7세)이 가장 높은 군집으로($p < .01$), 직원, 과장과 보직교수의 비율이 높으며($p < .01$), 근무지는 중간 거리(46.5%)인 응답자가 다른 군집보다 가장 많았다. 군집 4는 교수(59.8%)가 직원보다 유의적으로 많은 유일한 군집으로 조사되었다($p < .001$).

5) 교직원식당에서 제공하는 서비스 품질을 '음식의 품

질', '메뉴의 다양화', '식당의 분위기', '식사의 빠른 해결', '위생 및 청결'의 5가지 시나리오로 분류하여 현재의 교직원식당의 개선점으로 가장 시급하게 생각하는 욕구를(7점 척도) 조사한 결과, '음식의 품질(5.38)', '메뉴의 다양화(5.25)', '식당의 분위기(4.66)', '식사의 빠른 해결(4.46)', '위생 및 청결(4.30)'의 순으로($p < .01$), 모든 서비스 품질 속성에 대해서 개선되면 지금보다 자주 이용할 것으로 조사되었고, 그때의 적정 1기 식비는 평균 3,661.14원, 중앙값은 3,500원이었다.

6) 라이프스타일 성향에 따른 세분시장별 개선 후 이용빈도는 군집 1($p < .01$)의 경우, '음식의 품질', '메뉴의 다양화', '위생/청결', '식당의 분위기', '식사의 빠른 해결'이었고, 군집 2($p < .01$)의 경우 '메뉴의 다양화', '음식의 품질', '위생/청결', '식사의 빠른 해결', '식당의 분위기'로 조사되었다. 군집 3($p < .05$)은 '식당의 분위기', '음식의 품질', '식사의 빠른 해결', '메뉴의 다양화', '위생/청결'의 순위였으며, 군집 4는 '메뉴의 다양화', '음식의 품질', '식당의 분위기', '위생/청결', '식사의 빠른 해결'로 조사되어, 각각의 군집은 따라 요구하는 서비스 품질 속성의 상대적 가치가 다른 것으로 분석되었다. 또한 '메뉴의 다양화' 및 '식당의 분위기' 속성은 군집별 가치에 차이가 있는 것으로 분석되었다. 그러나, 군집별 적정가격은 3,361.1~4,200.0원으로 현재와 비슷한 수준으로 조사되었고, 교수가 많은 군집 4에서 '식당의 분위기' 개선시 가격이 상승해도 무관한 것으로 분석되었다.

본 연구의 결과를 교직원식당 운영에 적용할 수 있는 구체적인 전략적 대안은 다음과 같다.

1) 5가지 개선 시나리오 중에서, '음식의 품질', '메뉴의 다양성', '식당의 분위기'에 명시된 개선점을 도입하여 중점적으로 시행한다.

2) 다양하고 신선한 식재료와 계절식품의 이용 및 표준화된 recipe 개발과 적은 급식 등으로 음식의 맛과 질 증진에 힘쓴다.

3) Menu Engineering 등의 메뉴 평가를 통해 메뉴 개발에 고객의 요구를 충분히 수렴하며, 잔반줄이기 운동 등을 시행하여 절감된 경비를 제시하고 이것을 반찬수의 증가 또는 후식 및 음료 제공 서비스 개선에 활용함을 홍보함으로써, 전체적인 이미지 개선에 이용한다.

4) 교수 및 직원은 정신적 노동이 큰 만큼, 이를 감안한 건강식 메뉴의 개발과 건강식의 영양적 정보 등을 함께 홍보한다.

5) 시대에 뒤떨어지고 노후된 식당 환경의 개선 및 식

기의 개비가 조속히 요구되며, 조용한 음악 및 밝은 조명 등을 이용하여 현재의 어둡고 어수선한 분위기를 개선한다.

6) 협소한 공간으로 인해 12~1시 30분까지 고밀도의 식사 인구를 분산화하기 위해 허락된 학생들의 무분별한 출입을 peak time 때에는 철저히 통제해야 한다.

7) 항공산업의 mileage bonus score 같은 제도를 통해 free meal coupon 등을 지급함으로써 서비스 및 영업활성화를 시도한다.

3) 기타, 한정된 고객임을 감안하여 개교기념일과 스승의 날과 같은 때에 특별행사(event)를 계획함으로써 고객이 싫증나지 않도록 하며, 식당 건물에서 식사시간 외에 휴게공간과 부서간의 간단한 회의 등의 communication을 위한 공간으로 사용하여 공간활용도를 증대시킴으로써 매출에 기여한다.

참 고 문 헌

- Badinelli KA, Engstrom JC (1993): Licensed foodservice outlets in campus: What is it? and Why? *Journal of College & University Foodservice* 1(3): 33-53
- Chae SI (1993): *Social Science Research Methodology*. Hakhyunsa
- Dohrman K (1993a): Critical issues of the 1990's. *Journal of College & University Foodservice* 1(1): 71-74
- Dohrman K (1993b): Future challenges facing today's dining services. *Journal of College & University Foodservice* 1(1): 75-77
- Eulen J (1999): Quality control. *Restaurants and Institutions*. February 15: 38-52
- Edett SJ, Prout HW (1994): Marketing research in an institutional environment. *Journal of College & University Foodservice* 2(1): 13-32
- Green CG (1993): Using customer survey data to develop marketing strategies in college/university foodservices. *Journal of College & University Foodservice* 1(1): 39-51
- Green CG (1994): Nutrition awareness and branding in college/university foodservices: What motivates these trends? *Journal of College & University Foodservice* 2(1): 39-57
- Han KS (1997): *Development and evaluation of customer satisfaction measurement tool for contracted foodservice management*. Yonsei University Ph.D thesis
- Kim GY, Chon MS (1990): *Korea University Statistics Institute 10-Principle component analysis*. Jayuacademy
- Kim MG (1994): *A study on interrelationship between life style & moving behavior*. Yonsei University Master Degree thesis
- Kim SH (1997): *Service Quality in Restaurant: Delivery vs Perception*. Yonsei University Ph.D thesis
- Kim SI (1999): *Relationship Marketing for controlling mobile communication churn*. KyungMoonSa
- Lee JG (1993): *SAS's comprehension and practice for analyzing experiment and research data*. Sungwondang
- Lee SM (1995): *Factor Analysis I* Hakjisa
- McCool AC, Smith FA, Tucker DL (1994): *Dimensions of Noncommercial Food Service Management*. Van Nostrand Reinhold
- Novak TP, MacEvoy B (1990): On Comparing alternative segmentation schemes: list of values (LOV) and values and lifestyles (VALS). *Journal of Consumer Research* 17(June): 105-109
- Rudd DP, Beahen SA (1994): Marketing research in an institutional environment. *Journal of College & University Foodservice* 1(4): 55-59
- Silver D (2000): Active service. *Restaurants and Institutions*. February 15: 38-44
- Sung WH (1999): *Business Statistics Analysis using Window SAS*. Muyokpub
- Sutherland DH, Badinelli KA (1993): The future of college and university foodservice: an environmental perspective. *Journal of College & University Foodservice* 1(1): 53-61
- Webster's II New Riverside University Dictionary (1988): Boston: Houghton Mifflin Company
- Weon CH (1999): *University residence hall foodservice in Korea: measuring customer perception levels towards service quality attributes*. Yonsei University Master Degree thesis
- Yang IS, Jang YJ, Kim SH, Kim DH (1995): Assessing how the Yonsei University Foodservice is perceived by the students: Toward and effective strategy formulation. *Korean J Dietary Culture* 10(4): 327-337
- Yang IS, Lee YE, Kim DH (1998): Assessing how the Yonsei University Foodservice is perceived by the students: Toward and effective strategy formulation. *Korean J Dietary Culture* 13(5): 423-430