



## 저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

교육학 석사 학위논문

# 경남지역 산업체 급식서비스 만족도와 고객충성도와의 관계



2013년 2월

부경대학교 교육대학원

영 양 교 육 전 공

김 현 주

교육학석사 학위논문

# 경남지역 산업체 급식서비스 만족도와 고객충성도와의 관계

지도교수 류 은 순

이 논문을 교육학석사 학위논문으로 제출함



2013년 2월

부경대학교 교육대학원

영 양 교 육 전 공

김 현 주

김현주의 교육학석사 학위논문을  
인준함.

2013년 2월 22일



주 심 약학박사 최 재 수



위 원 이학박사 김 재 일



위 원 이학박사 류 은 순



# 목 차

## I. 서 론

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 1. 서 언 .....            | 1 |
| 2. 연구목적을 위한 가설 설정 ..... | 4 |

## II. 이론적 배경

|                            |   |
|----------------------------|---|
| 1. 급식서비스 만족도 .....         | 5 |
| 2. 고객충성도 .....             | 8 |
| 3. 고객만족도와 고객충성도와의 관계 ..... | 9 |

## III. 연구방법

|                    |    |
|--------------------|----|
| 1. 연구대상 및 방법 ..... | 10 |
| 2. 연구기간 .....      | 10 |
| 3. 조사도구 .....      | 11 |
| 가. 일반적 특성 .....    | 11 |
| 나. 급식서비스 만족도 ..... | 11 |
| 다. 고객충성도 .....     | 12 |
| 4. 조사자료 분석 .....   | 14 |

## IV. 결과 및 고찰

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 1. 조사대상자의 일반적 특성 .....                  | 15 |
| 2. 급식서비스 만족도 및 고객충성도 평가도구의 신뢰도 분석 ..... | 17 |
| 3. 급식서비스 만족도 평가 .....                   | 20 |
| 가. 급식서비스 만족도 평가 .....                   | 20 |

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 나. 인구사회학적 특성에 따른 급식서비스 만족도 .....        | 23 |
| 다. 근무특성에 따른 급식 서비스 만족도 .....            | 29 |
| 3. 고객충성도 평가 .....                       | 36 |
| 가. 고객충성도 평가 .....                       | 36 |
| 나. 인구사회학적 특성에 따른 고객충성도 .....            | 38 |
| 다. 근무특성에 따른 고객충성도 .....                 | 43 |
| 4. 급식서비스 만족도와 고객충성도와의 상관관계 .....        | 48 |
| 5. 고객충성도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인 .....    | 51 |
| 가. 재구매 의도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인 .....   | 51 |
| 나. 구전 의도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인 .....    | 53 |
| 다. 전환하지 않을 의도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인 ..  | 55 |
| 라. 전체 고객충성도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인 ..... | 57 |
| <b>V. 결론 및 제언</b> .....                 | 60 |
| 참고문헌 .....                              | 64 |
| 부    록 .....                            | 70 |

## Table List

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Table 1. Framework of survey instrument .....                                              | 13 |
| Table 2. General characteristics of the subjects .....                                     | 16 |
| Table 3. Reliability analysis of food service satisfaction .....                           | 18 |
| Table 4. Reliability analysis of customer loyalty .....                                    | 19 |
| Table 5. Assessment of food service satisfaction .....                                     | 22 |
| Table 6. Customer satisfaction by age .....                                                | 25 |
| Table 7. Customer satisfaction by education level .....                                    | 28 |
| Table 8. Customer satisfaction by job type .....                                           | 32 |
| Table 9. Customer satisfaction by using duration .....                                     | 35 |
| Table 10. Assessment of customer loyalty .....                                             | 37 |
| Table 11. Customer loyalty by age .....                                                    | 40 |
| Table 12. Customer loyalty by education level .....                                        | 42 |
| Table 13. Customer Loyalty by job type .....                                               | 44 |
| Table 14. Customer Loyalty by using duration .....                                         | 47 |
| Table 15. Correlation between food service satisfaction and customer loyalty .....         | 50 |
| Table 16. Satisfaction factor of foodservice to effect on repurchase intention .....       | 52 |
| Table 17. Satisfaction factor of foodservice to effect on word-of-mouth<br>intention ..... | 54 |
| Table 18. Satisfaction factor of foodservice to effect on non-switching<br>intention ..... | 56 |
| Table 19. Satisfaction factor of food service to effect on total customer<br>loyalty ..... | 59 |



Relationship between satisfaction with foodservice and  
customer loyalty of industry in Gyeongnam

Hyeon Ju Kim

*Graduate School of Education  
Pukyong National University*

**Abstract**

The purpose of the present study was to select five industrial catering facilities to analyze and grasp the effects of foodservice satisfaction on customer loyalty in order to provide the data necessary for improving industrial contract catering. The survey was conducted from July 20, 2012 to August 31, 2012. Five businesses in the Gyeongnam region that conducted contract catering were selected and questionnaires were received from 300 office workers and production workers. All 300 questionnaires were used for statistical analyses. The data were statistically processed using SPSS WIN 18.0 by conducting frequency analyses, t-test, one-way ANOVA, and Multiple Regression analyses. The results of the present study are as follows:

1. The participants' reliability coefficients for foodservice satisfaction with their catering service was shown to be 0.97, and the reliability coefficient of customer loyalty assessment tools was shown to be 0.91.
2. The total average of the assessment of satisfaction with the foodservice was shown to be 3.51 points, and foodservice satisfaction with hygiene factors was shown to be the highest. The results of foodservice satisfaction assessment with regard to other areas were as follows: Those in their 40s or more showed the highest total average. Those who had graduated only from high school showed a higher total average than those who had graduated from university or had had even further education. Office workers showed a significantly higher total average than production workers ( $p < 0.001$ ). Production workers showed significantly higher foodservice satisfaction than office workers for menu, service, and environment factors ( $p < 0.001$ ) and also for hygiene factors ( $p < 0.01$ ). Use periods of two years or longer but shorter than four years showed the highest total average.
3. The total average customer loyalty was shown to be 3.46 points, and customer loyalty for repurchase intentions was shown to have the highest



score. The results of loyalty assessment with regard to specific areas were as follows: Those in their 40s or older showed higher customer loyalty than those in their 20s or 30s. Those who had graduated from university or who had had more education showed a higher total average than those who had graduated from high school or had less education. Production workers showed a significantly higher total average than office workers ( $p < 0.001$ ). Repurchase intentions were shown to be higher among production workers than among office workers, and word-of-mouth intentions were shown to be significantly higher among production workers than among office workers ( $p < 0.01$ ). Intentions not to switch were shown to be significantly higher among production workers than among office workers ( $p < 0.001$ ). Use periods of two years or longer but shorter than four years showed the highest customer loyalty.

4. As for the correlations between factors for foodservice satisfaction with catering service and customer loyalty, menu, service, hygiene, and environmental factors showed significant positive (+) correlations with revisit intentions, word-of-mouth intentions, and intentions not to switch. In particular, revisit intentions ( $p < 0.01$ ) showed significantly higher correlations with menu factors compared other factors and word-of-mouth intentions, and intentions not to switch ( $p < 0.01$ ) showed significantly higher correlations with service factors compared to other factors.

5. The factors for foodservice satisfaction that had the largest effects on repurchase intentions were hygiene and menus, in order of precedence. The factors for foodservice satisfaction that had the largest effects on word of mouth intentions were service, hygiene, and menus, in order of precedence. The factor for foodservice satisfaction that had the largest effects on intentions not to switch was shown to be menus. The factors for foodservice satisfaction that had the largest effects on overall customer loyalty were hygiene, menus, and service in order of precedence.

Through these results, it could be seen that customer loyalty should be managed because foodservice satisfaction in industrial catering was connected to customer loyalty. For customer loyalty for industrial contract catering, continuous research and development in terms of menus, service, and hygiene and the enhancement of using customers' satisfaction through differentiation from other businesses are important. Since menus have the largest effects on customer loyalty, health-oriented menus in line with trends should be provided, food materials in season should be used, and the development of manuals for benchmarking and surveys of preferred menus is necessary.

# I. 서 론

## 1. 서 언

산업체 급식은 직장 내에서 근로자에게 양질의 음식을 제공함으로써 근로자의 체력 관리와 건강유지 향상과 더불어 작업능률을 높임으로써 생산성을 향상시키는데 있다(Lyu 1998; Kim & Kim 2001).

우리나라는 현대 산업화로 인한 사회구조의 변화, 개인소득 증대, 국민의 식생활 양식의 변화에 따라 급식산업도 다양화 되고 발전되었다. 또한, 생활수준의 향상과 식품산업 및 외식산업의 발달로 인해 다양하고 수준 높은 음식과 서비스를 접한 급식대상자들은 단순히 공복을 채우기 보다 더 높은 수준의 급식 서비스를 제공 받기를 요구하였고 이는 후생복지 측면에서 중요한 위치를 차지하게 되었다 (Jang & Kwak 1997; Kim 2009). 이러한 최근의 사회적 분위기와 산업체 급식부분의 환경변화에 의해 각 기업에서는 좋은 서비스 및 급식을 제공받기 위해 위탁급식 업체를 선정하고 있다(Oh 2010). 이에 위탁급식 업체에서는 급식대상자들의 음식 및 서비스 품질에 대한 요구도가 증가함에 따라 식사의 품질, 메뉴의 선택권, 시설 면에서도 상업성 급식개념을 접목하여 고객중심의 급식서비스로 전환하였고, 푸드코트 급식, 프리미엄 급식 등을 통해 고객들의 욕구를 충족시키고자 노력하고 있다(Ahn 2003; Lee & Lyu 2010).

서비스 산업에 있어서 서비스 품질과 고객만족은 밀접하게 연관되어 고객의 구매의도 형성에 중요한 영향을 미친다(Yang 등 2000a). 급식산업도

서비스 품질 관리는 사업의 성과에 크게 영향을 주는 요소이며, 타 급식업체나 외식업체와의 차별을 꾀할 수 있는 아주 중요한 요소이다. 또한 급식 산업에서 고객이 접할 수 있는 서비스 영역은 음식에만 국한된 것이 아니며 급식소의 시설, 서비스를 제공하는 종업원 및 환경, 위생에 이르기까지 매우 다양하다(Yang 1995).

최근 고객만족의 궁극적인 목적은 고객충성도가 되어야 한다는 인식이 증가하고 있다. 일반적으로 서비스품질 수준에 따라 고객만족 수준이 달라지며, 서비스품질이 향상되면 고객 만족도가 높아지고 이를 통해 고객 충성도가 높아진다(Choi & Lee 2006). 위탁급식업체도 급식서비스 품질 요인이 재구매 의도에 영향을 주고, 이는 곧 재계약에 영향을 미친다고 볼 때, 고객만족과 고객충성도와의 관계에 대한 연구는 매우 중요하다 보겠다.

최근 급식서비스 품질과 고객충성도의 연구에서 위탁급식 고등학교의 서비스 요인이 고객충성도에 가장 큰 영향을 준다고 보고되었고(Kim 등 2009), 기업체 연수원의 급식업체 서비스 품질 인식 연구에서도 서비스 품질이 양호할수록 고객 재방문추천 의사가 높았다(Hong 2008). Oh(2006)는 학교급식 연구에서 위생이 고객충성도에 가장 많은 영향을 준다고 보고하였다. Kim(2004)은 맥도날드 이용고객 연구에서 매우 만족한 고객이 만족한 고객보다 재방문의도와 추천 의도가 높으며 만족도가 떨어질수록 재방문의도 및 추천의도도 현저히 떨어진다고 보고하였다.

Han(2008)은 산업체 급식 운영 형태에 따른 만족도 연구에서 직영보다 위탁이 급식 품질 만족도가 더 높은 것으로 보고하였으나 모두 음의 만족도를 나타내어 급식서비스 만족도에 관한 연구가 필요하다고 사료된다.

그동안 산업체 위탁급식의 서비스 만족도에 대한 많은 연구들은 수행되었으나 공장군이 밀집된 지역의 산업체 위탁급식의 서비스 만족도를 고객충성도와 관련시킨 연구는 미비한 실정이다. 고객만족이 고객충성도에 영

향을 미치고 있고 위탁급식 업체 간의 경쟁이 심화되어 새로운 업장 발굴 보다는 기존 업장의 재계약이 중요하므로 고객만족도와 고객충성도와의 관계에 대한 연구가 중요하다. 이에 본 연구에는 산업체 위탁급식의 급식서비스 품질에 대한 고객만족도와 고객충성도를 조사하고 고객충성도에 영향을 미치는 고객만족 요인을 분석함으로써 앞으로 위탁급식 업체가 경쟁력을 확보하는데 필요한 자료를 제공하고자 한다.



## 2. 연구목적을 위한 가설 설정

본 연구목적을 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H 1 : 인구사회학적 요인 및 근무특성에 따라 급식서비스 만족도가 다르다.

H 1-a : 인구사회학적 요인(연령, 학력)에 따라 급식서비스 만족도가 다르다.

H 1-b : 근무특성(직무, 이용기간)에 따라 급식서비스 만족도가 다르다.

H 2 : 인구사회학적 요인 및 근무특성에 따라 고객충성도가 다르다.

H 2-a : 인구사회학적 요인(연령, 학력)에 따라 고객충성도가 다르다.

H 2-b : 근무특성(직무, 이용기간)에 따라 고객충성도가 다르다.

H 3 : 급식서비스 만족도 요인은 고객충성도에 영향력을 준다.

## II. 이론적 배경

### 1. 급식서비스 만족도

우리는 오늘날 서비스 사회에 살고 있다.

고객만족을 달성하는 것이 서비스 기업들의 중요한 목표이며 소비자인 고객을 만족시키지 않고서는 기업도 존재 할 수 없다. 현대사회의 심화된 경쟁에서 경쟁력을 확보하기 위해 서비스 품질을 개선하여 고객만족을 이끌어 내야 한다. 고객만족은 고객에게 단순히 제품이나 서비스를 제공하는 것이 아니라 만족제공을 의미한다. 이윤은 기업이 고객에게 제공한 만족의 결과로서 간주되며 고객만족은 궁극적으로 삶의 질을 향상시켜 주게 되는 것이다(Lee 2008).

Meyer MK & Conklin MT(1998)은 학생들의 학교급식에 대한 만족은 급식에 대한 구매 행동을 높인다고 보고하였고, Lee 등(2003)은 고객만족도가 높으면 구전의도에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다. Min (2008)은 한식당 방문에 대한 만족도가 높을수록 재방문 의사도 높아진다고 보고하여 고객만족도가 높은 이용객은 재방문을 하게 되는데 이를 위해서는 고객관리가 필요하며 종사원의 서비스 교육과 시설 및 음식의 질적 향상을 위해서 노력해야 한다고 보고하였다.

#### 가. 메뉴 요인

메뉴는 급식소의 주요 통제 요소로서 시스템의 모든 기능에서 핵심이 된다(Lee & Yang 1999). 단체급식에서 음식 품질은 고객 만족에 유의적인



영향을 미치며, 메뉴만족은 급식소를 대표하는 상품이자, 서비스로 인식되고 있다(Lee 등 2008). 또한, 메뉴는 모든 소비자들을 만족시키기는 어려운 요인이지만 만족도를 증가시키기 위해 매우 중요하므로 메뉴를 선정할 때 소비자의 의견을 고려해야한다고 보고되었다(Ko 2002).

Meyer & Conklin(1998)은 전체 급식만족도에 영향을 주는 요인으로는 제공되는 메뉴의 다양성, 음식의 품질, 기다리는 대기 및 서빙라인에서 보여지는 샘플 메뉴의 매력성이 많은 영향을 미치는 요인이라 보고하였다.

Yang 등(2000b)은 대학교 기숙사 급식소를 이용하는 학생을 대상으로 조사한 결과 음식의 맛이 가장 중요하다고 평가한 학생의 비율이 47.4% 있었고, Kim & Lee(2000)는 서울 및 경인지역의 산업체 연구에서 음식의 품질과 관련된 음식의 맛, 외관, 온도, 영양적 고려, 위생, 선호메뉴제공의 요인들이 유의적( $p < 0.01$ )으로 높은 점수를 보이는 것으로 보고되었다.

## 나. 서비스 요인

최근에 들어서 기업의 치열한 경쟁 환경은 기업으로 하여금 고객 지향적인 서비스 품질에 보다 더 많은 관심을 기울이게 하고 있다(Aigbedo & Parameswaran 2004). 서비스 품질의 제고는 급식소의 성공적 운영을 위한 필수 요소로서 서비스 질, 종업원의 우호적인 태도, 웃음, 다정함, 신속한 서비스 등이 서비스의 중요한 부분을 차지한다(Oh 2010).

Martin(1986)은 급식소의 성공적인 운영을 위해서는 반드시 이용객에게 고품질의 서비스가 제공되어야 하며, 서비스 품질은 서비스 진행과정과 종업원의 능력의 결합에 의하여 향상될 수 있는 요소라고 보고하였다. Choi(2007)는 인적서비스 요인은 고객의 만족에 유의적( $p < 0.01$ )영향을 주어 서비스를 받는 그 순간만큼은 서비스를 제공받는 고객으로 인지하여 급



식소에 대한 만족도에 크게 영향을 미친다고 보고하였다. Oh(2006)는 학교 급식 서비스 품질 연구에서 서비스 품질 요인이 고객만족도에 영향력 ( $R^2=67.4\%$ ,  $p=0.000$ )을 준다고 보고하였다. Lee 등(2007)은 산업체 급식 서비스 요인 연구에서 단체 급식소에서 근무하는 종사원의 인적서비스가 급식소 이용 만족에 유의한 영향을 미치며 급식소는 단체로 같이 식사하는 곳이지만 자신은 특별히 급식서비스를 제공받는다고 인식하기 때문에 고객 만족도에서 인적서비스 요인이 중요하다고 보고하였다.

#### 다. 위생 요인

단체급식은 대량 조리로 인하여 위생에 대한 중요성이 강조되고 있고 그만큼 위생에 대한 연구가 지속적으로 이루어지고 있다. 국내 산업체 급식에서도 식기류의 청결, 음식의 위생등과 같은 청결요인이 가장 중요시 되고 있는 것으로 나타났다(Lyu 1998). Choi(2007)는 청결성 요인이 고객 만족도에 유의적( $p<0.01$ ) 영향을 주므로 급식소의 만족도 평가에 중요한 요인이라고 보고하였다. Lee & Lyu(2010)은 부산지역 대학교 급식소 연구에서 위생 요인에서 퇴식구의 청결, 음식의 위생, 식기청결의 만족도가 높은 것으로 보고하였다.

#### 라. 환경 요인

서비스 물리적 환경은 고객의 쾌락 욕구를 충족시키기 위해 존재하기 때문에 물리적 환경의 공간적인 배치와 기능성은 매우 중요하다. 공간적 배치는 기계나 장비, 사무기기를 배열하는 방법, 크기와 형태, 그리고 이들

간의 공간적 관계이다. 기능성은 조직의 목적 달성과 성과 성취를 용이하게 하기 위한 위와 같은 품목들의 기능을 의미한다(Lee 2008). Choi(2007)는 공조환경이 고객의 만족도에 유의적( $p<0.01$ )인 영향을 주므로 냉난방 시설이나, 습도, 온도, 소음도 급식소의 만족도에 중요한 요인으로서 작용하고 있다고 보고하였다. Lee 등(2007)은 단체급식시설의 냉난방 시설, 색깔, 조명, 주방소음, 공기 쾌적성 등이 고객만족에 긍정적인 영향을 미치는 요인이라고 보고하였다. Kim(2004)는 맥도날드 이용고객 연구에서 청결성, 메뉴 다양성, 프로모션 혜택성 등 모든 요인에서 실제 이용만족도가 기대치보다 낮으나 어린이 놀이시설과 드라이브인은 이용만족도가 기대치보다 높아 획일적인 매장설계 및 편의시설 제공의 분석을 통해 각 매장마다 차이를 두는 것이 바람직하다고 보고하였다.

## 2. 고객충성도

충성도(loyalty)란 ‘재구매하고자 깊게 몰입된 상태 또는 상황적 영향이나 마케팅노력에도 불구하고 미래에 지속적으로 선호하는 제품이나 서비스에 대한 재구매 욕구’라고 할 수 있다(Oliver 1999). 충성고객이란 잠재적으로 상표전환을 야기할 수 있는 상황이나 마케팅 시도에도 타 브랜드로 전환하지 않고 동일한 브랜드를 재구매 하는 고객이다(Yi & La 2002; Yi & Lee 2007). Kim 등(2009)은 부산지역 고등학생들의 고객충성도 연구에서 고객충성도 전체평균 점수가 1.66/5.00점으로 100점으로 환산할 때 33점으로 매우 낮은 점수를 보여 고객충성도를 높이는 총체적인 급식경영 전략을 수행해야한다고 보고하였다. Lee & Lyu(2010)는 부산지역 대학교 급식소 연구에서 전체의 고객충성도는 2.67/5.00점이며 재방문의도 2.80/5.00점, 구전의도 2.52/5.00점, 전환하지 않을 의도 2.67/5.00점으로 재방문 의도는 급

식소 주 5회 이상 이용하는 군이 가장 높았고, 거의 이용하지 않는 군은 가장 낮았으며 이용 빈도에 따라 유의적( $p<0.001$ )인 차이를 보인다고 하였다.

### 3. 급식서비스 만족도와 고객충성도와의 관계

Lee & Lyu(2010)는 급식서비스 요인이 고객 충성도 요인과 양의 유의적인 양의 상관관계를 보이며 재방문 의도( $p<0.05$ )에서는 음식 요인이, 구전 의도와 전환하지 않을 의도( $p<0.01$ )에서는 서비스 요인이 다른 요인에 비해 유의적으로 높은 상관관계를 보인다고 보고하였다. 높은 만족과 높은 충성도를 보이는 최상의 고객인 충성 고객군에서는 고객 감동 서비스와 양질의 급식서비스 제공을 통해 고객유지와 주변에 긍정적인 구전을 할 수 있도록 하는 방안을 모색해야 한다고 하였다. Kim 등(2009)은 고객충성도에 가장 영향력을 미치는 요인은 서비스, 음식, 위생 요인 순이며 고객만족을 통한 고객충성도를 높이는 것이 매우 중요하다고 하였다. Hong(2008)은 기업체 연수원 급식업체 연구에서 서비스 품질이 양호할수록 고객 재방문추천의사가 높으며 급식에 대한 고객만족도가 높을수록 고객 재방문 추천의사가 높다고 보고하였다. Oh(2006)는 서울시 고등학교 급식 연구에서 학교 급식서비스 품질 요인 중 고객 충성도에 가장 많은 영향을 주는 것이 학교 급식 관련 위생이며, 학교 급식서비스 품질에 대한 만족도와 고객 충성도의 관계가 높다고 보고하였다. 이는 학교 급식에 대한 만족도가 높을수록 관련 급식 업체를 계속 이용한다고 볼 수 있으며 학교 급식 서비스 품질에 대한 만족도가 고객 충성도에 더 중요한 요인이라고 하였다.

## Ⅲ. 연구방법

### 1. 연구대상 및 방법

#### 가. 연구대상

조사대상은 경남지역에서 위탁급식을 하는 5개의 산업체 급식소에서 각 60명씩 총 300명을 대상으로 하였다.

#### 나. 연구방법

산업체 1곳의 급식대상자 30명을 대상으로 예비조사를 실시하였고, 본 조사는 연구자가 직접 산업체를 방문하여 부서별로 설문지를 조사대상자에게 배부한 후, 이들이 직접 기록하는 자가 기록 방법을 이용하였다. 배부된 설문지는 300부가 모두 회수되었으며(회수율 : 100%), 총 300부 모두를 분석 자료로 사용하였다.

### 2. 연구기간

예비조사는 2012년 6월 15일~2012년 6월 17일에 실시하였고, 본 조사는 2012년 7월 20일~2012년 8월 31일에 진행하였다.

### 3. 조사도구

본 연구의 조사도구인 설문지는 대학교 급식소의 급식서비스 품질과 고객충성도와와의 관계에 대한 선행문헌(Kim 2004; Kim 등 2009; Oh 2010; Lee & Lyu 2010)을 이용하여 설문 문항을 구성하였다. 개발된 설문지는 1개 산업체를 임의로 선택한 후 고객 30명을 대상으로 설문지를 배부하여 예비조사를 실시한 후, 조사대상자가 이해가 안 되는 문항을 수정·보완하여 본 조사의 설문문항을 구성하였다. 설문 조사도구는 일반적 특성, 급식서비스 만족도, 고객충성도로 구성하였고, 각 항목에 대한 설문지 구성내용은 다음과 같다.

#### 가. 일반적 특성

일반적 특성으로 산업체 직원의 연령, 학력, 직무, 급식소 이용기간 등 4개 문항으로 구성하였고, 이를 바탕으로 고객의 개인적인 특성에 따라 각 변수들과의 관계를 분석하는데 이용하였다.

#### 나. 급식서비스 만족도

급식서비스 만족도 문항은 총 30개의 문항을 선행연구를 기초로 메뉴, 서비스, 위생, 환경 4개 요인으로 구성하였다.

메뉴 요인은 ‘음식의 맛’, ‘음식의 온도’, ‘음식의 외관’, ‘음식의 영양’ 등 6개 문항으로 구성되었고, 서비스(인적, 물적) 요인은 ‘음식 선택의 다양함’, ‘선호 메뉴 제공’, ‘새로운 메뉴의 제공’, ‘계절 및 행사에 맞는 특식 제공’,

‘식단 및 영양정보의 제공’ 등의 11개 문항으로 구성되었다. 위생 요인은 ‘음식의 위생안전성’, ‘식당의 청결’, ‘식기의 청결’, ‘배식원의 위생장갑 착용’ 등 8개 문항으로 구성되었고, 환경 요인은 ‘휴식공간으로서의 이용 적당함’, ‘쾌적한 식당환경’, ‘식탁 및 의자의 공간배치’ 등 5개 문항으로 총 30개의 문항으로 구성하여 만족도를 측정하였다.

만족도의 측정척도는 Likert의 5점 척도를 이용하였으며 측정척도는 1점(매우 불만족한다) ~ 5점(매우 만족한다)로 하였다.

#### 다. 고객 충성도

고객 충성도 조사내용은 고객이 급식을 제공하는 업체에 대한 견해로 재구매 의도, 구전 의도, 전환하지 않을 의도로 구성하였다. 재구매 의도는 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다.’, ‘나는 식당을 이용하고자 할 때는 우리 구내식당을 우선적으로 생각할 것이다.’의 2문항으로 구성하였고, 구전 의도는 ‘나는 우리 구내식당에 대해 타 회사 사람에게 좋게 말할 의향이 있다.’, ‘나는 직장동료들에게 구내식당을 이용하라고 권유할 것이다.’의 2문항으로 구성하였고, 전환하지 않을 의도는 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다.’, ‘나는 시간과 돈이 허락한다면 외부 식당을 이용할 생각이다.’의 2문항 등 총 6개 요인으로 구성하였다,

충성도의 측정척도는 Likert의 5점 척도를 이용하였으며 측정척도는 1점(전혀 그렇지 않다) ~ 5점(매우 그렇다)로 하였다.



**Table 1. Framework of survey instrument**

| Variable                            |                         | Number of<br>Questionnaire | Evaluation<br>Scale        |
|-------------------------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Characteristics                     | Age                     | 1                          | Nominal<br>Scale           |
|                                     | Educational level       | 1                          |                            |
|                                     | Jab type                | 1                          |                            |
|                                     | Using duration          | 1                          |                            |
| Satisfaction<br>with<br>Foodservice | Food                    | 8                          | Likert<br>5 Point<br>Scale |
|                                     | Service                 | 9                          |                            |
|                                     | Sanitation              | 8                          |                            |
|                                     | Environment             | 5                          |                            |
| Customer<br>loyalty                 | Repurchase intention    | 2                          | Likert<br>5 Point<br>Scale |
|                                     | Word-mouth intention    | 2                          |                            |
|                                     | Non-switching intention | 2                          |                            |
| <b>Total</b>                        |                         | <b>40</b>                  |                            |

#### 4. 조사자료 분석

자료의 통계처리는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 18.0 program을 이용하였으며, 세부적 분석 방법은 다음과 같다.

1) 조사 대상자의 일반사항은 빈도분석을 실시하여 빈도, 백분율을 구하였다.

2) 본 연구에 사용된 급식 서비스 만족도 및 고객 충성도 문항의 평가 도구의 내적 일관성을 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 값을 이용하여 측정하였다.

3) 조사 대상자의 일반적 특성에 따른 급식서비스 만족도와 고객충성도의 차이를 검증하기 위해 독립표본검정(t-검정)과 일원배치분산분석 검정(One way-ANOVA) 검증을 실시하였고 문항별 평균 및 표준 편차를 구하였다. 각 집단 간의 유의성 검증은 Duncan's multiple range test를 이용하였다.

4) 조사대상자의 급식서비스 만족도 요인과 고객충성도 요인간의 상관관계는 Pearson's correlation을 이용하였다.

5) 급식서비스 만족도 요인이 고객충성도 요인에 미치는 영향력은 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)를 이용하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

#### 가. 대상자의 일반사항

조사대상자의 일반적인 특성에 대한 결과는 Table 2에 제시하였다. 조사대상자의 연령 분포는 20대 25.0%, 30대 53.0%, 40대 이상 22.0%이며, 학력은 고졸 이하가 35.7%, 대졸 이상이 64.3%로 나타났다. 직무는 사무직 41.3%, 생산직 58.7%이며, 구내식당의 이용 기간은 2년 미만 31.0%, 2년 이상~4년 미만 25.7%, 4년 이상 42.7%로 나타났다.

Choi(2007)은 산업체 위탁급식 연구에서 연령 분포 20대 22.9%, 30대 46.4%, 40대 34.7%, 50대 6%, 학력은 고졸 이하 43.0%, 전문대졸 38.4%, 대졸 15.5%, 대학원 이상 3.2%, 직무는 생산직 강한 노동 47.3%, 생산직 약한 노동 15.8%, 사무직 32.7%, 이용기간은 6개월 미만 3.4%, 6개월~1년 9.7%, 1~3년 29.8%, 4~6년 35.5%, 6년 이상 21.5%로 보고하였다. Park(2011)은 경기지역 산업체 급식 연구에서 연령 분포는 20대 23.9%, 30대 42.2%, 40대 이상 33.9%, 학력은 고졸 이하 28.6%, 전문대 졸업 20%, 대졸 28.3%, 대학원 졸업 13%, 직무는 사무직 43.1%, 생산직 28.6%, 연구직 28.3%, 이용기간 1개월~1년 미만 18.9%, 3년 이상~4년 미만 16%, 4년 이상 33.6%로 보고하였다. Nam(2011)은 산업체 급식서비스 요인 연구에서 연령 분포 20대 15.6%, 30~35세 20.9%, 36~40세 19.1%, 41~45세 17.8%, 45~50세 16.7%, 51세 이상 10.0%, 학력은 고졸 이하 14.9%, 전문대 졸업 이하 62.2%, 대졸 이하 21.3%, 대학원 재학 이상 1.6%로 보고하였다.

**Table 2. General characteristics of the subjects**

| Characteristics         |                      | N(%)      |
|-------------------------|----------------------|-----------|
| Age                     | 20~29                | 75(25.0)  |
|                         | 30~39                | 159(53.0) |
|                         | 40<                  | 66(22.0)  |
| Education level         | ≤ High school        | 107(35.7) |
|                         | University ≤         | 193(64.3) |
| Jab type                | White-collar workers | 124(41.3) |
|                         | Blue-collar workers  | 176(58.7) |
| Using duration<br>(yrs) | < 2                  | 93(31.0)  |
|                         | 2 ≤ ~ < 4            | 77(25.7)  |
|                         | 4 ≤                  | 128(42.7) |
|                         | Non response         | 2(0.6)    |
| Total                   | Sub Total            | 300(100)  |

## 2. 급식서비스 만족도 및 고객충성도 평가도구의 신뢰도 분석

본 연구에서는 문항들의 내적일관성을 신뢰도의 지수로 평가하는 Cronbach- $\alpha$ 를 계산하였다. 척도의 신뢰성(reliability)은 한 대상을 유사한 측정 도구로 여러 번 측정하고 한 가지 측정 도구로 반복 측정 했을 때 일관성 있는 결과를 산출하는 정도에 관련된다. 즉, 일관성 있는 결과가 산출될수록 그 척도의 신뢰성은 높다. Nunnally(1967)는 Cronbach- $\alpha$  계수를 0.70 수준으로 제시하였다.

조사자의 급식서비스 만족도 및 고객충성도 평가도구의 신뢰도 분석 결과를 Table 3, 4에 제시하였다. 급식서비스 만족도에 대한 신뢰도 계수는 0.97로 높은 신뢰성을 나타내었으며, 각 항목에서 메뉴 요인은 0.93, 서비스 요인은 0.92, 위생 요인은 0.95, 환경 요인은 0.97로 나타났다.

고객충성도 평가도구의 경우, 3개 요인을 대상으로 분석한 결과 신뢰도 계수는 0.91로 높은 신뢰성을 나타내었으며, 각 항목에서 재구매 의도 0.91, 구전의도 0.85, 전환하지 않을 의도의 경우 0.94로 나타났다.

**Table 3. Reliability analysis of foodservice satisfaction**

| Questionnaire |                                                      | Alpha<br>if Item<br>Deleted | Cronbach- $\alpha$ |
|---------------|------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| Menu          | Taste of food                                        | 0.88                        | 0.93               |
|               | Temperature of food                                  | 0.89                        |                    |
|               | Appearance of food                                   | 0.88                        |                    |
|               | Provision nutrition of food                          | 0.88                        |                    |
|               | Quantity of food                                     | 0.88                        |                    |
|               | Seasoned of food                                     | 0.90                        |                    |
|               | Variety of food                                      | 0.92                        |                    |
|               | Favorite menu                                        | 0.92                        |                    |
| Service       | Provision of New Menu                                | 0.93                        | 0.92               |
|               | Provision of seasonal and special food               | 0.93                        |                    |
|               | Provision of menu and nutrition info                 | 0.93                        |                    |
|               | Fast and exact feeding time                          | 0.93                        |                    |
|               | Variety of event                                     | 0.92                        |                    |
|               | Ease of suggestion about complaints and improvements | 0.92                        |                    |
|               | Courteousness of employees                           | 0.92                        | 0.97               |
|               | Prompt process of complaints                         | 0.92                        |                    |
| Sanitation    | Adoption of feedback                                 | 0.92                        | 0.95               |
|               | Sanitation of food                                   | 0.92                        |                    |
|               | Cleanliness of restaurant                            | 0.92                        |                    |
|               | Cleanliness of silverware                            | 0.92                        |                    |
|               | Cleanliness of kitchen                               | 0.92                        |                    |
|               | Cleanliness of feeding                               | 0.92                        |                    |
|               | Cleanliness of withdrawal                            | 0.92                        |                    |
|               | Wearing hygienic gloves                              | 0.92                        |                    |
| Environment   | Employee neatness                                    | 0.92                        | 0.97               |
|               | Utilization restaurant as lounge                     | 0.88                        |                    |
|               | Neatness of restaurant environment                   | 0.86                        |                    |
|               | Quiet of restaurant                                  | 0.85                        |                    |
|               | Layout of table and chair                            | 0.85                        |                    |
|               | Layout of feeding and withdrawal                     | 0.88                        |                    |



**Table 4. Reliability analysis of customer loyalty**

| Questionnaire           | Alpha if Item Deleted | Cronbach- $\alpha$ |
|-------------------------|-----------------------|--------------------|
| Repurchase intention    | 0.91                  |                    |
| Word-of-mouth intention | 0.85                  | 0.91               |
| Non-switching intention | 0.94                  |                    |



### 3. 급식서비스 만족도 평가

#### 가. 급식서비스 만족도 평가

급식서비스 만족도 평가 결과를 Table 5에 제시하였다. 급식서비스 만족도 점수는 전체 평균이 3.51/5.00점으로 나타났으며, 메뉴 3.47점/5.00, 서비스 3.50점/5.00, 위생 3.65점/5.00, 환경 3.45점/5.00으로 위생요인의 만족도가 가장 높게 나타났다.

메뉴 요인 중 ‘음식의 양’은 3.60점으로 만족도가 가장 높았으나 ‘음식의 간’은 3.30점으로 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

서비스 요인 중 ‘계절 및 행사에 맞는 특식 제공’과 ‘급식종사자의 친절’은 3.61점으로 만족도가 가장 높았으나 ‘새로운 메뉴 제공’은 3.33점으로 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

위생 요인 중 ‘배식원의 위생장갑 착용’은 3.75점으로 만족도가 가장 높았으나 ‘퇴식구의 청결’은 3.54점으로 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

환경 요인 중 ‘배식구와 퇴식구의 위치’는 3.52점으로 만족도가 가장 높았으나 ‘휴식공간으로서의 이용 적당함’은 3.34점으로 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

Kim & Lee(2000)는 서울 및 경인지역의 산업체 연구에서 음식의 품질과 관련된 음식의 맛, 외관, 온도, 영양적 고려, 위생, 선호메뉴 제공의 요인들이 유의적( $p<0.01$ )으로 높은 점수를 보이는 것으로 보고하였다. Hong(2008)은 기업체 연수원 급식소 연구에서 메뉴 4.11점, 서비스 4.23점, 위생 4.21점, 환경 4.26점이라 보고하여 본 연구 결과보다 모두 높은 점수를 보였다. 이는 연수원 특성상 고정적으로 이용하는 산업체 급식에 비해 이용 기간이 짧고 식단이 또한 산업체 급식에 비해 높으며, 연수원 시설에

만족할 경우 급식에 대한 만족도에도 영향을 미친다고 할 수 있겠다.

Lee & Lyu(2010)는 부산지역 대학교 급식소 연구에서 급식서비스 속성의 전체 총 평균 점수는 2.76점이며 음식 요인 3.00점, 서비스 요인 2.58점, 위생 요인 2.87점, 환경 요인 2.65점이라 보고하여 본 연구 결과보다 모두 낮은 점수를 보였다. 이는, 산업체 급식의 경우 대학교 급식소보다 식단가가 높으며 구내식당은 후생복지 시설이기 때문에 판매식인 대학교 급식소보다 만족도가 높다 할 수 있겠다. Min(2008)은 호텔 한식당의 서비스 품질연구에서 호텔 한식당의 서비스품질 중 인적서비스와 메뉴서비스가 고객만족도에 유의적( $p=0.000$ )인 영향력을 주는데 인적서비스가 잘 되어 있을수록, 메뉴서비스가 잘 되어 있을수록, 메뉴서비스가 좋아 질수록 한식당의 만족도는 증대되며 고객들에게 종사원의 친절도와 용모, 신속한 서비스와 불만대처, 고객들에게 판매되고 있는 메뉴에 대한 철저한 준비와 관리가 이루어져야 고객 만족도가 높아진다고 보고하였다.

**Table 5. Assessment of the foodservice satisfaction**

|             |                                                      | Mean±SD                 |
|-------------|------------------------------------------------------|-------------------------|
| Menu        | Taste of food                                        | 3.42±0.84 <sup>1)</sup> |
|             | Temperature of food                                  | 3.56±0.87               |
|             | Appearance of food                                   | 3.55±0.87               |
|             | Provision nutrition of food                          | 3.56±0.87               |
|             | Quantity of food                                     | 3.60±0.93               |
|             | Seasoned of food                                     | 3.30±0.96               |
|             | Variety of food                                      | 3.37±0.80               |
|             | Favorite menu                                        | 3.42±0.76               |
|             | sub mean                                             | 3.47±0.70               |
| Service     | Provision of New Menu                                | 3.33±0.96               |
|             | Provision of seasonal and special food               | 3.61±0.98               |
|             | Provision of menu and nutrition info                 | 3.53±0.96               |
|             | Fast and exact feeding time                          | 3.52±0.88               |
|             | Variety of event                                     | 3.36±0.95               |
|             | Ease of suggestion about complaints and improvements | 3.44±0.83               |
|             | Courteousness of employees                           | 3.61±0.81               |
|             | Prompt process of complaints                         | 3.54±0.84               |
|             | Adoption of feedback                                 | 3.54±0.83               |
|             | sub mean                                             | 3.50±0.70               |
| Sanitation  | Sanitation of food                                   | 3.62±0.84               |
|             | Cleanliness of restaurant                            | 3.68±0.88               |
|             | Cleanliness of silverware                            | 3.64±0.87               |
|             | Cleanliness of kitchen                               | 3.62±0.86               |
|             | Cleanliness of feeding                               | 3.60±0.85               |
|             | Cleanliness of withdrawal                            | 3.54±0.84               |
|             | Wearing hygienic gloves                              | 3.75±0.88               |
|             | Employee neatness                                    | 3.72±0.89               |
|             | sub mean                                             | 3.65±0.71               |
| Environment | Utilization restaurant as lounge                     | 3.34±0.98               |
|             | Neatness of restaurant environment                   | 3.49±0.95               |
|             | Quiet of restaurant                                  | 3.44±0.95               |
|             | Layout of table and chair                            | 3.47±0.87               |
|             | Layout of feeding and withdrawal                     | 3.52±0.87               |
|             | sub mean                                             | 3.45±0.78               |
| Mean        |                                                      | 3.51±0.72               |

<sup>1)</sup>Score scale: 1(very dissatisfied)~5(very satisfied)

## 나. 인구사회학적 특성에 따른 급식서비스 만족도

### (1) 연령에 따른 급식서비스 만족도

조사대상자의 연령에 따른 급식서비스 만족도를 Table 6에 제시하였다. 연령에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 20대 3.51/5.00점, 30대 3.44/5.00점, 40대 이상 3.67/5.00점이나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

메뉴 요인의 만족도는 전체 평균은 20대 3.50점, 30대 3.40점, 40대 이상 3.63점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 메뉴 요인의 세부 항목에서, 40대 이상이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 ‘음식의 맛’과 ‘선호메뉴 제공’에서만 30대 보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 서비스 요인의 만족도는 전체 평균은 20대 3.48점, 30대 3.43점, 40대 이상 3.68점으로 40대 이상이 30대 보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 서비스 요인의 세부 항목에서, ‘배식이 신속, 정확함’을 제외한 모든 세부 항목에서 40대 이상이 높은 점수를 보였으나 ‘식단 및 영양 정보 제공’, ‘이벤트 행사의 다양함’은 40대 이상이 20대와 30대보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 보였고 ‘직원들의 불만사항을 신속히 처리함’은 40대 이상이 30대보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다.

위생 요인의 만족도는 전체 평균은 20대 3.65점, 30대 3.59점, 40대 이상 3.78점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 위생 요인의 세부 항목에서, ‘퇴식구의 청결’을 제외한 모든 세부 항목에서 40대 이상이 높은 점수를 보였으나 ‘종업원의 복장 청결’에서만 30대 보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 환경 요인의 만족도는 전체 평균은 20대 3.44점, 30대 3.37점, 40대 이상 3.64점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 환경 요인의 세부항목에서, 40대 이상이 모든 세부 항목에서 높은 점

수를 보였으나 ‘식당 소음이 적고 조용함’에서만 20대와 30대보다 유의적 ( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다.

Choi(2007)는 산업체 위탁급식 서비스 요인 연구에서 연령에 따라 급식 서비스 만족도에 차이가 없는 것으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 나타내었다. Park(2011)은 경기 지역 산업체 급식 연구에서도 급식의 만족도에 대해서 연령별로 차이가 없음으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 나타내었다. Oh(2010)는 산업체 급식 서비스 품질 연구에서 식당시설을 제외한 메뉴( $p<0.001$ ), 종업원 서비스( $p<0.001$ ), 위생( $p<0.01$ ), 분위기( $p<0.001$ )에서 연령별로 만족도에 유의적 차이가 있는 것으로 보고하여 본 연구와 차이를 보였다.





**Table 6. Foodservice satisfaction by age**

|             |                                                      | 20~29                     | 30~39                  | 40<                    | F-value |
|-------------|------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|---------|
| Menu        | Taste of food                                        | 3.43±0.82 <sup>ab1)</sup> | 3.33±0.83 <sup>a</sup> | 3.64±0.83 <sup>b</sup> | 3.10*   |
|             | Temperature of food                                  | 3.64±0.82                 | 3.47±0.90              | 3.67±0.87              | 1.62    |
|             | Appearance of food                                   | 3.60±0.84                 | 3.50±0.93              | 3.62±0.87              | 0.60    |
|             | Provision nutrition of food                          | 3.55±0.81                 | 3.50±0.89              | 3.73±0.89              | 1.57    |
|             | Quantity of food                                     | 3.61±0.93                 | 3.53±0.95              | 3.74±0.88              | 1.17    |
|             | Seasoned of food                                     | 3.21±0.95                 | 3.25±0.97              | 3.50±0.93              | 1.96    |
|             | Variety of food                                      | 3.43±0.87                 | 3.28±0.78              | 3.52±0.77              | 2.34    |
|             | Favorite menu                                        | 3.51±0.79 <sup>ab</sup>   | 3.30±0.71 <sup>a</sup> | 3.61±0.80 <sup>b</sup> | 4.47*   |
|             | sub mean                                             | 3.50±0.68                 | 3.40±0.71              | 3.63±0.70              | 2.59    |
| Service     | Provision of New Menu                                | 3.19±1.05                 | 3.31±0.94              | 3.55±0.86              | 2.57    |
|             | Provision of seasonal and special food               | 3.70±0.93                 | 3.69±1.03              | 3.71±0.89              | 1.19    |
|             | Provision of menu and nutrition info                 | 3.53±0.98 <sup>a</sup>    | 3.40±0.93 <sup>a</sup> | 3.82±0.94 <sup>b</sup> | 4.52*   |
|             | Fast and exact feeding time                          | 3.65±0.86                 | 3.42±0.85              | 3.62±0.94              | 2.45    |
|             | Variety of event                                     | 3.19±1.02 <sup>a</sup>    | 3.33±0.89 <sup>a</sup> | 3.64±0.94 <sup>b</sup> | 4.27*   |
|             | Ease of suggestion about complaints and improvements | 3.43±0.90                 | 3.40±0.79              | 3.56±0.84              | 0.86    |
|             | Courteousness of employees                           | 3.70±0.77                 | 3.52±0.81              | 3.74±0.83              | 2.24    |
|             | Prompt process of complaints                         | 3.52±0.80 <sup>ab</sup>   | 3.45±0.85 <sup>a</sup> | 3.76±0.84 <sup>b</sup> | 3.13*   |
|             | Adoption of feedback                                 | 3.50±0.78                 | 3.48±0.84              | 3.73±0.83              | 2.27    |
|             | sub mean                                             | 3.48±0.68 <sup>ab</sup>   | 3.43±0.70 <sup>a</sup> | 3.68±0.71 <sup>b</sup> | 3.10*   |
| Sanitation  | Sanitation of foo                                    | 3.63±0.90                 | 3.55±0.80              | 3.79±0.85              | 1.93    |
|             | Cleanliness of restaurant                            | 3.64±0.85                 | 3.60±0.86              | 3.91±0.94              | 2.92    |
|             | Cleanliness of silverware                            | 3.59±0.92                 | 3.6±0.82               | 3.77±0.94              | 1.04    |
|             | Cleanliness of kitchen                               | 3.56±0.84                 | 3.6±0.85               | 3.73±0.90              | 0.72    |
|             | Cleanliness of feeding                               | 3.61±0.82                 | 3.55±0.85              | 3.7±0.88               | 0.68    |
|             | Cleanliness of withdrawal                            | 3.61±0.79                 | 3.50±0.84              | 3.56±0.91              | 0.45    |
|             | Wearing hygienic gloves                              | 3.79±0.87                 | 3.69±0.85              | 3.83±0.95              | 0.70    |
|             | Employee neatness                                    | 3.76±0.85 <sup>a</sup>    | 3.59±0.85 <sup>a</sup> | 3.97±0.99 <sup>b</sup> | 4.39*   |
|             | sub mean                                             | 3.65±0.68                 | 3.59±0.69              | 3.78±0.79              | 1.74    |
| Environment | Utilization restaurant as lounge                     | 3.25±1.01                 | 3.30±0.96              | 3.53±0.98              | 1.70    |
|             | Neatness of restaurant environment                   | 3.55±0.95                 | 3.40±0.94              | 3.65±0.95              | 1.77    |
|             | Quiet of restaurant                                  | 3.39±0.93 <sup>a</sup>    | 3.34±0.95 <sup>a</sup> | 3.73±0.94 <sup>b</sup> | 4.07*   |
|             | Layout of table and chair                            | 3.49±0.84                 | 3.38±0.90              | 3.65±0.83              | 2.36    |
|             | Layout of feeding and withdrawal                     | 3.52±0.83                 | 3.46±0.86              | 3.65±0.95              | 1.12    |
|             | sub mean                                             | 3.44±0.74                 | 3.37±0.78              | 3.64±0.78              | 2.82    |
|             | Mean                                                 | 3.51±0.64                 | 3.44±0.66              | 3.67±0.70              | 2.89    |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(very dissatisfied)~5(very satisfied)

<sup>ab)</sup>Different letters on the same row indicate significant differences among groups by Duncan's multiple range test

\*p<0.05

## (2) 학력에 따른 급식서비스 만족도

조사대상자의 학력에 따른 급식서비스 만족도 결과를 Table 7에 제시하였다. 학력에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 고졸 이하가 3.50/5.00점, 대졸 이상이 3.45/5.00점이었으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

메뉴 요인의 만족도는 전체 평균은 고졸 이하 3.51점, 대졸 이상 3.45점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 메뉴 요인의 세부 항목에서, ‘음식의 온도’, ‘음식의 외관’, ‘음식의 양’을 제외한 모든 세부항목에서 고졸 이하가 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

서비스 요인의 만족도는 전체 평균은 고졸 이하 3.50점, 대졸 이상 3.50점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 서비스 요인의 세부 항목에서, ‘새로운 메뉴의 제공’, ‘식단 및 영양정보의 제공’, ‘불만이나 개선에 대해 건의하기 쉬움’, ‘급식종사자들의 친절’, ‘직원들의 건의사항을 식당운영에 반영함’이 고졸 이하가 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 위생 요인의 만족도는 전체 평균은 고졸 이하 3.60점, 대졸 이상 3.67점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 위생 요인의 세부 항목에서, ‘음식의 위생안전성’, ‘식기 청결’을 제외한 모든 세부 항목에서 대졸 이상이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

환경 요인의 만족도는 전체 평균은 고졸 이하 3.60점, 대졸 이상 3.67점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 환경 요인의 세부 항목에서, ‘휴식공간으로서의 이용 적당함’, ‘식당 소음이 적고 조용함’을 제외한 모든 세부 항목에서 대졸 이상이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

Yang 등(1999)은 위탁운영 사업체급식소 연구에서 학력에 따라 고객만

족도에 차이가 없는 것으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 나타내었다.

Choi(2007)는 산업체 위탁급식 서비스 요인 연구에서 학력에 따라 메뉴의 다양성에 유의적( $p<0.05$ )인 차이가 나타났으며 음식의 질, 인적서비스, 청결성, 공간배치, 공조환경에서는 차이가 없는 것으로 보고하여 본 연구와 차이를 보였다. Park(2011)은 경기 지역 산업체 급식 연구에서 대졸이 급식서비스 만족도가 가장 높았으며 학력에 따라 유의적( $p<0.01$ )인 차이가 있는 것으로 보고하여 본 연구와 차이를 보였다.

따라서 H1-a 인구사회학적 요인(연령, 학력)에 따라 급식서비스 만족도가 다르다는 기각되었다.



Table 7. Foodservice satisfaction by education level

|             |                                                      | ≤ High school           | ≤ University | t-value |
|-------------|------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|---------|
| Menu        | Taste of food                                        | 3.49±0.78 <sup>1)</sup> | 3.39±0.87    | 0.96    |
|             | Temperature of food                                  | 3.52±0.83               | 3.58±0.90    | 0.49    |
|             | Appearance of food                                   | 3.50±0.87               | 3.58±0.90    | 0.65    |
|             | Provision nutrition of food                          | 3.58±0.87               | 3.55±0.87    | 0.23    |
|             | Quantity of food                                     | 3.60±0.92               | 3.60±0.94    | 0.02    |
|             | Seasoned of food                                     | 3.44±0.99               | 3.22±0.93    | 1.92    |
|             | Variety of food                                      | 3.48±0.78               | 3.31±0.81    | 1.76    |
|             | Favorite menu                                        | 3.47±0.72               | 3.39±0.78    | 0.80    |
|             | sub mean                                             | 3.51±0.72               | 3.45±0.70    | 0.68    |
| Service     | Provision of New Menu                                | 3.43±0.95               | 3.27±0.96    | 1.34    |
|             | Provision of seasonal and special food               | 3.54±0.90               | 3.65±1.02    | 0.89    |
|             | Provision of menu and nutrition info                 | 3.53±0.93               | 3.52±0.97    | 0.08    |
|             | Fast and exact feeding time                          | 3.44±0.90               | 3.56±0.86    | 1.19    |
|             | Variety of event                                     | 3.34±0.98               | 3.37±0.93    | 0.32    |
|             | Ease of suggestion about complaints and improvements | 3.50±0.86               | 3.41±0.81    | 0.80    |
|             | Courteousness of employees                           | 3.62±0.78               | 3.61±0.82    | 0.05    |
|             | Prompt process of complaints                         | 3.53±0.84               | 3.54±0.84    | 0.06    |
|             | Adoption of feedback                                 | 3.54±0.83               | 3.53±0.83    | 0.08    |
|             | sub mean                                             | 3.50±0.72               | 3.50±0.69    | 0.01    |
| Sanitation  | Sanitation of food                                   | 3.63±0.89               | 3.62±0.82    | 0.95    |
|             | Cleanliness of restaurant                            | 3.67±0.92               | 3.68±0.87    | 0.10    |
|             | Cleanliness of silverware                            | 3.64±0.89               | 3.64±0.86    | 0.01    |
|             | Cleanliness of kitchen                               | 3.53±0.92               | 3.67±0.82    | 1.26    |
|             | Cleanliness of feeding                               | 3.53±0.88               | 3.64±0.82    | 1.02    |
|             | Cleanliness of withdrawal                            | 3.47±0.85               | 3.59±0.84    | 1.16    |
|             | Wearing hygienic gloves                              | 3.67±0.87               | 3.79±0.88    | 1.08    |
|             | Employee neatness                                    | 3.67±0.90               | 3.74±0.89    | 0.63    |
|             | sub mean                                             | 3.60±0.75               | 3.67±0.69    | 0.79    |
| Environment | Utilization restaurant as lounge                     | 3.44±1.03               | 3.28±0.95    | 1.35    |
|             | Neatness of restaurant environment                   | 3.43±0.97               | 3.53±0.94    | 0.86    |
|             | Quiet of restaurant                                  | 3.44±0.96               | 3.44±0.95    | 0.03    |
|             | Layout of table and chair                            | 3.46±0.85               | 3.47±0.89    | 0.12    |
|             | Layout of feeding and withdrawal                     | 3.45±0.88               | 3.55±0.87    | 1.00    |
|             | sub mean                                             | 3.60±0.75               | 3.67±0.69    | 0.79    |
|             | Mean                                                 | 3.50±0.71               | 3.45±0.70    | 0.09    |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(very dissatisfied)~5(very satisfied)

## 다. 근무특성에 따른 급식서비스 만족도

### (1) 직무에 따른 급식서비스 만족도

조사대상자의 직무에 따른 급식서비스 만족도 결과를 Table 8에 제시하였다. 직무에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 사무직 3.30/5.00점, 생산직 3.65/5.00점으로 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높은 점수를 나타냈다.

메뉴 요인의 만족도는 전체 평균이 사무직 3.26점, 생산직 3.62점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 메뉴 요인의 세부 항목에서, '음식의 간'을 제외한 모든 항목에서 생산직이 높은 점수를 보였으며 음식의 맛( $p<0.001$ ), 음식의 외관( $p<0.001$ ), 음식의 영양( $p<0.01$ ), 음식의 양( $p<0.05$ ), 음식 선택의 다양함( $p<0.01$ ), 내가 좋아하는 메뉴 제공( $p<0.01$ )이 사무직보다 유의적으로 높은 점수를 나타냈다. 서비스 요인의 만족도는 전체 평균이 사무직 3.31점, 생산직 3.63점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 서비스 요인의 세부 항목에서, 생산직이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으며 새로운 메뉴의 제공( $p<0.001$ ), 계절 및 행사에 맞는 특식 제공( $p<0.05$ ), 식단 및 영양정보의 제공( $p<0.01$ ), 이벤트 행사의 다양함( $p<0.001$ ), 불만이나 개선에 대해 건의하기 쉬움( $p<0.001$ ), 직원들의 불만사항을 신속히 처리함( $p<0.01$ ), 직원들의 건의사항을 식당운영에 반영함( $p<0.001$ )이 생산직이 사무직보다 유의적으로 높은 점수를 나타냈다. 위생 요인의 만족도는 전체 평균이 사무직 3.48점, 생산직 3.76점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.01$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 위생 요인의 세부 항목에서, 생산직이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으며 음식의 위생안전성( $p<0.05$ ), 식당청결



( $p<0.01$ ), 식기청결( $p<0.001$ ), 주방 청결( $p<0.01$ ), 배식구 청결( $p<0.01$ ), 퇴식구 청결( $p<0.001$ ), 배식원의 위생장갑 착용( $p<0.05$ )이 생산직이 사무직보다 유의적으로 높은 점수를 나타냈다. 환경 요인의 급식서비스 만족도는 전체 평균이 사무직 3.21점, 생산직 3.61점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 환경 요인의 세부 항목에서, 생산직이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으며 휴식공간으로서의 이용 적당함( $p<0.001$ ), 쾌적한 식당환경( $p<0.01$ ), 식당 소음이 적고 조용함( $p<0.001$ ), 식탁 및 의자의 공간배치( $p<0.001$ ), 배식구와 퇴식구의 위치( $p<0.05$ )이 0.001)가 생산직이 사무직보다 유의적으로 높은 점수를 나타냈다.

Choi(2007)은 산업체 위탁급식 서비스 요인 연구에서 근무지에 따라 공조환경이 사무에 근무가 현장에 앉아서 근무하는 사람보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높으며 음식의 질, 인적서비스, 메뉴 다양성, 청결성, 공간배치에는 차이가 없는 것으로 보고하여 본 연구와 차이를 보였다. Park(2011)은 경기 지역 산업체 급식 연구에서 사무직, 생산직, 연구직에 따라 급식의 만족도에 차이를 보이지 않는 것으로 보고하여 본 연구와 차이를 보였다. Yang 등(1999)은 위탁운영 사업체 급식소 연구에서 근무 장소에 따른 전반적인 만족도가 사무실이 공장보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높게 나타나 본 연구와 차이를 보였다. Oh(2010)는 산업체 급식 서비스 품질 연구에서 메뉴, 가격은 사무직이 협력업체, 외부인보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높으며, 분위기는 사무직, 외근직이 협력업체, 외부인 보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높으며, 종업원 서비스는 사무직, 외부인, 외근직이 협력업체보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높으며, 식당시설은 사무직이 협력업체보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 것으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다.

직무에 따라 식사 시간, 1인량, 선호메뉴의 차이가 있기 때문에 급식서비



스 만족도에도 차이가 있는 것으로 사료되어 직무에 따라 고객만족도 관리가 필요할 것으로 사료된다.



**Table 8. Foodservice satisfaction by job type**

|             |                                                         | White-collar<br>workers | Blue-collar<br>workers | t-value  |
|-------------|---------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|----------|
| Menu        | Taste of food                                           | 3.18±0.88 <sup>1)</sup> | 3.60±0.76              | 4.40***  |
|             | Temperature of food                                     | 3.47±0.97               | 3.62±0.80              | 1.43     |
|             | Appearance of food                                      | 3.33±0.83               | 3.70±0.90              | 3.64***  |
|             | Provision nutrition of food                             | 3.37±0.86               | 3.70±0.85              | 3.27**   |
|             | Quantity of food                                        | 3.44±1.01               | 3.71±0.86              | 2.39*    |
|             | Seasoned of food                                        | 3.90±0.92               | 3.58±0.88              | 6.49***  |
|             | Variety of food                                         | 3.18±0.89               | 3.50±0.71              | 3.48**   |
|             | Favorite menu                                           | 3.24±0.84               | 3.55±0.67              | 3.46**   |
|             | sub mean                                                | 3.26±0.71               | 3.62±0.66              | 4.45***  |
| Service     | Provision of New Menu                                   | 3.01±0.93               | 3.56±0.91              | 5.08***  |
|             | Provision of seasonal and special food                  | 3.44±1.06               | 3.73±0.90              | 2.42*    |
|             | Provision of menu and nutrition info                    | 3.31±1.01               | 3.68±0.89              | 3.41**   |
|             | Fast and exact feeding time                             | 3.44±0.84               | 3.57±0.90              | 1.26     |
|             | Variety of event                                        | 3.12±0.89               | 3.53±0.95              | 3.80***  |
|             | Ease of suggestion about complaints<br>and improvements | 3.23±0.80               | 3.60±0.82              | 3.74***  |
|             | Courteousness of employees                              | 3.52±0.87               | 3.68±0.76              | 1.68     |
|             | Prompt process of complaints                            | 3.39±0.84               | 3.64±0.82              | 2.616**  |
|             | Adoption of feedback                                    | 3.32±0.82               | 3.69±0.80              | 3.849*** |
|             | sub mean                                                | 3.31±0.70               | 3.63±0.67              | 3.98***  |
| Sanitation  | Sanitation of food                                      | 3.49±0.81               | 3.72±0.85              | 2.37*    |
|             | Cleanliness of restaurant                               | 3.49±0.90               | 3.81±0.85              | 3.14**   |
|             | Cleanliness of silverware                               | 3.42±0.87               | 3.79±0.85              | 3.69***  |
|             | Cleanliness of kitchen                                  | 3.44±0.81               | 3.74±0.87              | 3.02**   |
|             | Cleanliness of feeding                                  | 3.42±0.81               | 3.73±0.85              | 3.15**   |
|             | Cleanliness of withdrawal                               | 3.33±0.83               | 3.69±0.82              | 3.74***  |
|             | Wearing hygienic gloves                                 | 3.60±0.94               | 3.85±0.82              | 2.36*    |
|             | Employee neatness                                       | 3.65±0.95               | 3.76±0.85              | 1.03     |
|             | sub mean                                                | 3.48±0.72               | 3.76±0.69              | 3.40**   |
| Environment | Utilization restaurant as lounge                        | 2.97±0.93               | 3.60±0.93              | 5.76***  |
|             | Neatness of restaurant environment                      | 3.32±0.98               | 3.61±0.91              | 2.64**   |
|             | Quiet of restaurant                                     | 3.21±1.00               | 3.60±0.89              | 3.52***  |
|             | Layout of table and chair                               | 3.21±0.90               | 3.65±0.81              | 4.40***  |
|             | Layout of feeding and withdrawal                        | 3.36±0.90               | 3.63±0.85              | 2.57*    |
|             | sub mean                                                | 3.21±0.77               | 3.61±0.73              | 4.56***  |
|             | Mean                                                    | 3.30±0.67               | 3.65±0.63              | 4.60***  |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(very dissatisfied)~5(very satisfied)

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

## (2) 이용기간에 따른 급식서비스 만족도

조사대상자의 이용기간에 따른 급식서비스 만족도 결과를 Table 9에 제시하였다. 이용기간에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 2년 미만 3.52/5.00점, 2년 이상~4년 미만 3.59/5.00점, 4년 이상 3.49/5.00점으로 나타났다.

메뉴 요인의 전체 급식서비스 만족도 점수는 2년 미만 3.43점, 2년 이상~4년 미만 3.59점, 4년 이상 3.44점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 메뉴 요인의 세부 항목에서, 2년 이상~4년 미만이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 서비스 요인의 전체 급식서비스 만족도 점수는 2년 미만 3.49점, 2년 이상~4년 미만 3.57점, 4년 이상 3.48점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 서비스 요인의 세부 항목에서, 2년 미만은 ‘식단 및 영양정보 제공’, ‘배식이 신속, 정확함’, ‘급식종사자들의 친절’이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 2년 이상~4년 미만은 ‘새로운 메뉴의 제공’, ‘계절 및 행사에 맞는 특식 제공’, ‘불만이나 개선에 대해 건의하기 쉬움’, ‘직원들의 불만사항을 신속히 처리함’이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 4년 이상은 ‘이벤트 행사의 다양함’, ‘직원들의 건의사항을 식당운영에 반영함’이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 위생 요인의 전체 급식서비스 만족도는 2년 미만 3.64점, 2년 이상~4년 미만 3.69점, 4년 이상 3.62점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 위생 요인의 세부항목에서, 2년 미만은 ‘음식의 위생안전성’이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 2년 이상~4년 미만은 ‘주방의 청결’, ‘배식구 청결’, ‘퇴식구청결’, ‘배식원의 위생장갑 착용’이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 4년 이상은 ‘종업

원 복장의 청결'이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 환경 요인의 급식 서비스 만족도는 2년 이상 3.48점, 2년 이상~4년 미만 3.50점, 4년 이상 3.41점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 환경 요인의 세부항목에서, 2년 이상~4년 미만은 '휴식공간으로서의 이용 적당함', '배식구와 퇴식구의 위치'를 제외한 모든 세부항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

Yang & Han(1999)은 사업체급식소 연구에서 직장 경력 1년 미만이 급식의 만족도가 가장 높았으나 직장 경력에 따라 유의적인 차이를 보이지 않는 것으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. Park(2011)은 경기 지역 산업체 급식 연구에서 근무 년수의 경우 3년 이상~4년 미만이 1개월~1년 미만, 1년 이상~2년 미만, 2년 이상~3년 미만, 4년 이상보다 메뉴( $p<0.05$ ), 음식( $p<0.05$ )의 만족도가 가장 높아 근무 년수에 따라 유의적인 차이를 보이는 것으로 보고하여 본 연구와 차이를 보였다. Yang & Han(1999)은 사업체급식소 연구에서 직장 경력 1년 미만이 급식의 만족도가 가장 높았으나 직장 경력에 따라 유의적인 차이를 보이지 않는 것으로 보고되어 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

따라서 가설 H1-b 근무특성(직무, 이용기간)에 따라 급식서비스 만족도가 다르다는 직무는 채택되었고 이용기간은 기각되어 부분 채택되었다.

**Table 9. Foodservice satisfaction by using duration**

|                      |                                                      | < 2                     | 2 ≤ ~ < 4 | 4 ≤       | F-value |
|----------------------|------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|---------|
| Menu                 | Taste of food                                        | 3.32±0.89 <sup>1)</sup> | 3.55±0.80 | 3.43±0.82 | 1.49    |
|                      | Temperature of food                                  | 3.53±0.89               | 3.71±0.86 | 3.49±0.87 | 1.65    |
|                      | Appearance of food                                   | 3.55±0.88               | 3.62±0.89 | 3.51±0.91 | 0.40    |
|                      | Provision nutrition of food                          | 3.54±0.79               | 3.70±0.90 | 3.51±0.90 | 1.26    |
|                      | Quantity of food                                     | 3.46±0.94               | 3.74±0.85 | 3.61±0.97 | 1.89    |
|                      | Seasoned of food                                     | 3.28±0.91               | 3.44±0.98 | 3.24±0.97 | 1.09    |
|                      | Variety of food                                      | 3.38±0.82               | 3.44±0.79 | 3.31±0.80 | 0.65    |
|                      | Favorite menu                                        | 3.38±0.81               | 3.52±0.66 | 3.40±0.79 | 0.85    |
| sub mean             |                                                      | 3.43±0.69               | 3.59±0.67 | 3.44±0.73 | 1.41    |
| Service              | Provision of New Menu                                | 3.33±0.90               | 3.50±0.98 | 3.25±0.97 | 1.57    |
|                      | Provision of seasonal and special food               | 3.60±0.95               | 3.77±0.97 | 3.52±1.00 | 1.48    |
|                      | Provision of menu and nutrition info                 | 3.60±0.89               | 3.51±0.91 | 3.50±1.03 | 0.34    |
|                      | Fast and exact feeding time                          | 3.63±0.84               | 3.60±0.89 | 3.41±0.88 | 2.17    |
|                      | Variety of event                                     | 3.17±0.94               | 3.42±0.94 | 3.48±0.94 | 2.98    |
|                      | Ease of suggestion about complaints and improvements | 3.37±0.80               | 3.57±0.86 | 3.43±0.83 | 1.33    |
|                      | Courteousness of employees                           | 3.65±0.72               | 3.62±0.78 | 3.59±0.89 | 0.15    |
|                      | Prompt process of complaints                         | 3.49±0.76               | 3.57±0.83 | 3.55±0.89 | 0.21    |
| Adoption of feedback |                                                      | 3.52±0.75               | 3.55±0.84 | 3.56±0.88 | 0.08    |
| sub mean             |                                                      | 3.49±0.64               | 3.57±0.68 | 3.48±0.76 | 0.43    |
| Sanitation           | Sanitation of food                                   | 3.63±0.80               | 3.61±0.83 | 3.62±0.88 | 0.19    |
|                      | Cleanliness of restaurant                            | 3.67±0.89               | 3.69±0.78 | 3.69±0.95 | 0.01    |
|                      | Cleanliness of silverware                            | 3.66±0.84               | 3.58±0.85 | 3.66±0.92 | 0.19    |
|                      | Cleanliness of kitchen                               | 3.61±0.75               | 3.70±0.90 | 3.58±0.91 | 0.49    |
|                      | Cleanliness of feeding                               | 3.58±0.80               | 3.74±0.86 | 3.53±0.87 | 1.50    |
|                      | Cleanliness of withdrawal                            | 3.57±0.83               | 3.69±0.86 | 3.45±0.84 | 2.05    |
|                      | Wearing hygienic gloves                              | 3.74±0.88               | 3.80±0.77 | 3.71±0.94 | 0.20    |
|                      | Employee neatness                                    | 3.69±0.85               | 3.68±0.83 | 3.75±0.96 | 0.21    |
| sub mean             |                                                      | 3.64±0.64               | 3.69±0.67 | 3.62±0.79 | 0.18    |
| Environment          | Utilization restaurant as lounge                     | 3.40±0.93               | 3.34±0.97 | 3.30±1.02 | 0.24    |
|                      | Neatness of restaurant environment                   | 3.55±0.90               | 3.55±0.87 | 3.43±1.02 | 0.55    |
|                      | Quiet of restaurant                                  | 3.44±0.90               | 3.47±0.88 | 3.44±1.03 | 0.02    |
|                      | Layout of table and chair                            | 3.49±0.85               | 3.56±0.82 | 3.41±0.93 | 0.74    |
|                      | Layout of feeding and withdrawal                     | 3.51±0.84               | 3.58±0.82 | 3.59±0.94 | 0.28    |
| sub mean             |                                                      | 3.48±0.70               | 3.50±0.72 | 3.41±0.86 | 0.33    |
| mean                 |                                                      | 3.52±0.67               | 3.59±0.69 | 3.49±0.80 | 0.59    |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(very dissatisfied)~5(very satisfied)

### 3. 고객충성도 평가

#### 가. 고객충성도 평가

고객충성도 평가 점수를 Table 10에 제시하였다. 고객충성도 평가 점수는 3.46/5.00점이며 각 요인에서 재구매 의도는 3.60/5.00점, 구전 의도는 3.52/5.00점, 전환하지 않을 의도는 3.27/5.00점으로 나타났다.

재구매 의도 중 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다.’가 3.64점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 전환하지 않을 의도 중 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다.’는 3.11점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다.

Kim 등(2009)은 부산지역 고등학교 급식소 연구에서 전체 고객충성도는 1.66점으로 보고하였다. 세부 항목 중 ‘나는 학교급식을 이용하는 것에 대해 만족 한다’가 1.85점으로 가장 높았고 ‘나는 음식 가격이 인상되어도 계속해서 이 급식업체를 이용하고 싶다.’가 1.48점으로 가장 낮은 것으로 보고하여 본 연구 결과보다 낮게 나타났다. Lee & Lyu(2010)는 부산지역 대학교 급식소 연구에서 전체 고객충성도는 2.67점, 재방문 의도 2.83점, 구전 의도 2.52점, 전환하지 않을 의도 2.67점으로 보고하여 본 연구 결과보다 낮게 나타났다.



**Table 10. Assessment of the customer loyalty**

|                         |                                                                                    | Total     |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Repurchase intention    | I think I will used this cafeteria from now on.                                    | 3.64±0.86 |
|                         | When I plan to use a restaurant, I will consider our cafeteria first.              | 3.55±0.90 |
|                         | sub mean                                                                           | 3.60±0.88 |
| Word-of-mouth intention | I think I will speak favorably about our cafeteria to people from other companies. | 3.49±0.91 |
|                         | I will recommend this cafeteria to my colleagues.                                  | 3.55±0.94 |
|                         | sub mean                                                                           | 3.52±0.93 |
| Non-switching intention | I come back early even when I go out in order to use this cafeteria.               | 3.11±1.11 |
|                         | If time and money allow, I will use outside restaurants.                           | 3.42±1.24 |
|                         | sub mean                                                                           | 3.27±1.18 |
| mean                    |                                                                                    | 3.46±0.99 |

## 나. 인구사회학적 특성에 따른 고객충성도

### (1) 연령에 따른 고객충성도

조사대상자의 연령에 따른 고객충성도를 Table 11에 제시하였다. 연령에 따른 고객충성도 전체 평균은 20대 3.43/5.00점, 30대 3.42/5.00점, 40대 이상 3.55/5.00점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 20대에서는 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’가 3.69점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 3.05점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다. 30대에서도 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’가 3.49점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 3.30점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다. 40대 이상에서도 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’가 3.90점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 2.71점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다.

재구매 의도는 20대 3.65점, 30대 3.46점, 40대 이상 3.81점으로 40대 이상이 30대보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 재구매 의도의 세부 항목에서, 40대 이상이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 “나는 앞으로 구내식당을 이용할 생각이다”에서만 30대 보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 구전 의도는 20대 3.49점, 30대 3.46점, 40대 이상 3.69점으로 나타났으며 유의적인 차이는 보이지 않았다. 구전 의도의 세부 항목에서, 40대 이상이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 전환하지 않을 의도는 20대 3.19점, 30대 3.35점, 40대 이상 3.14점으로 나타났으며 유의적인 차이는 보이지 않았

다. 전환하지 않을 의도의 세부 항목에, ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용 한다’는 40대 이상이 20대와 30대 보다 유의적 ( $p<0.01$ )으로 낮은 점수를 나타냈다. ‘나는 시간과 돈이 허락한다면 외부식당을 이용할 생각이다’는 40대 이상이 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

Kim 등(2009)은 부산지역 고등학교 급식소 연구에서 1학년 1.59점, 2학년 1.73점이었으나 유의적인 차이는 보이지 않는 것으로 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다.



**Table 11. Customer loyalty by age**

|                         |                                                                                    | 20~29                     | 30~39                  | 40<                    | F-value |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|---------|
| Repurchase intention    | I think I will used this cafeteria from now on.                                    | 3.69±0.86 <sup>ab1)</sup> | 3.49±0.81 <sup>a</sup> | 3.90±0.90 <sup>b</sup> | 5.69*   |
|                         | When I plan to use a restaurant, I will consider our cafeteria first.              | 3.60±0.91                 | 3.44±0.84              | 3.72±0.98              | 2.46    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.65±0.89) <sup>ab</sup>  | 3.46±0.83 <sup>a</sup> | 3.81±0.94 <sup>b</sup> | 4.23*   |
| Word-of-mouth intention | I think I will speak favorably about our cafeteria to people from other companies. | 3.46±0.87                 | 3.44±0.91              | 3.62±0.95              | 88.00   |
|                         | I will recommend this cafeteria to my colleagues.                                  | 3.52±0.94                 | 3.47±0.92              | 3.75±0.97              | 2.14    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.49±0.91                 | 3.46±0.92              | 3.69±0.96              | 1.66    |
| Non-switching intention | I come back early even when I go out in order to use this cafeteria.               | 3.05±1.10 <sup>b</sup>    | 3.30±1.00 <sup>b</sup> | 2.71±1.24 <sup>a</sup> | 7.13**  |
|                         | If time and money allow, I will use outside restaurants.                           | 3.32±1.27                 | 3.40±1.24              | 3.57±1.19              | 0.77    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.19±1.19                 | 3.35±1.12              | 3.14±1.22              | 1.33    |
|                         | mean                                                                               | 3.43±0.78                 | 3.42±0.77              | 3.55±0.73              | 0.62    |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(not at all)~5(very much)

<sup>ab)</sup>Different letters on the same row indicate significant differences among groups by Duncan's multiple range test

\*p<0.05, \*\*p<0.01

## (2) 학력에 따른 고객충성도

조사대상자의 학력에 따른 고객충성도를 table 12에 제시하였다. 학력에 따른 고객충성도 전체 평균은 고졸 이하 3.43/5.00점, 대졸이상 3.47/5.00점으로 나타났다. 고졸이하에서는 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’는 3.55점이며 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용 한다’가 3.24점이며 고객충성도가 가장 낮게 나타났다. 대졸이상에서도 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’는 3.68점이며 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 3.04점이며 고객충성도가 가장 낮게 나타났다.

재구매 의도는 고졸 이하 3.51점, 대졸 이상 3.64점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 재구매 의도의 세부 항목에서, 대졸 이상이 모든 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 구전 의도는 고졸 이하 3.46점, 대졸 이상 3.55점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 구전 의도의 세부 항목에서, 대졸 이상이 모든 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 전환하지 않을 의도는 고졸 이하 3.33점, 대졸 이상 3.23점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 전환하지 않을 의도의 세부 항목에서, 고졸 이하가 모든 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

따라서 H2-a 인구사회학적 요인(연령, 학력)에 따라 고객충성도가 다르다는 기각되었다.

**Table 12. Customer loyalty by education level**

|                         |                                                                                    | ≤ High school           | University ≤ | F-value |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|---------|
| Repurchase intention    | I think I will used this cafeteria from now on.                                    | 3.55±0.87 <sup>1)</sup> | 3.68±0.85    | 1.27    |
|                         | When I plan to use a restaurant, I will consider our cafeteria first.              | 3.46±0.92               | 3.59±0.88    | 1.13    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.51±0.90               | 3.64±0.87    | 1.58    |
| Word-of-mouth intention | I think I will speak favorably about our cafeteria to people from other companies. | 3.46±0.93               | 3.50±0.90    | 0.32    |
|                         | I will recommend this cafeteria to my colleagues.                                  | 3.45±0.99               | 3.59±0.91    | 1.23    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.46±0.96               | 3.55±0.91    | 0.68    |
| Non-switching intention | I come back early even when I go out in order to use this cafeteria.               | 3.24±1.09               | 3.04±1.11    | 1.50    |
|                         | If time and money allow, I will use outside restaurants.                           | 3.42±1.24               | 3.41±1.24    | 0.10    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.33±1.17               | 3.23±1.18    | 0.75    |
|                         | mean                                                                               | 3.43±0.81               | 3.47±0.74    | 0.37    |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(not at all)~5(very much)



## 다. 근무특성에 따른 고객충성도

### (1) 직무에 따른 고객충성도

조사대상자의 직무에 따른 고객충성도를 Table 13에 제시하였다. 직무에 따른 고객충성도 전체 평균은 사무직 3.16/5.00점, 생산직 3.65/5.00점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p < 0.001$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 사무직은 ‘나는 앞으로도 구내식당을 계속 이용할 생각이다’가 3.68점이며 고객충성도가 가장 높았고, ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 2.44점이며 고객충성도가 가장 낮게 나타났다. 생산직은 ‘나는 시간과 돈이 허락한다면 외부식당을 이용할 생각이다’가 3.81점이며 고객충성도가 가장 높게 나타났고, ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 3.57점이며 고객충성도가 가장 낮게 나타났다.

재구매 의도는 사무직 3.57점, 생산직 3.60점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 구전 의도는 사무직 3.29점, 생산직 3.67점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p < 0.01$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 구전 의도의 세부 항목에서 ‘나는 우리 구내식당에 대해 타 회사 사람에게 좋게 말할 의향이 있다’( $p < 0.001$ ), ‘나는 직장동료들에게 구내식당을 이용하라고 권유할 것이다’( $p < 0.01$ )가 생산직이 사무직보다 유의적으로 높은 점수를 나타냈다. 전환하지 않을 의도는 사무직 2.65점, 생산직 3.69점이며 생산직이 사무직보다 유의적( $p < 0.001$ )으로 높게 나타났다. 전환하지 않을 의도는 사무직 2.65점, 생산직 3.69점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 전환하지 않을 의도의 세부 항목 중, 생산직이 모든 항목에서 높은 점수를 나타내었으며 생산직이 사무직보다 유의적( $p < 0.001$ )으로 높게 나타났다.

**Table 13. Customer loyalty by job type**

|                                |                                                                                          | White-collar<br>workers | Blue-collar<br>workers | F-value  |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|----------|
| Repurchase<br>intention        | I think I will used this cafeteria<br>from now on.                                       | 3.68±0.96 <sup>1)</sup> | 3.60±0.78              | 0.79     |
|                                | When I plan to use a restaurant, I<br>will consider our cafeteria first.                 | 3.46±1.02               | 3.60±0.80              | 1.22     |
|                                | sub mean                                                                                 | 3.57±0.99               | 3.60±0.79              | 0.25     |
| Word-of-<br>mouth<br>intention | I think I will speak favorably<br>about our cafeteria to people from<br>other companies. | 3.26±0.91               | 3.64±0.88              | 3.63***  |
|                                | I will recommend this cafeteria to<br>my colleagues.                                     | 3.32±0.91               | 3.70±0.93              | 3.47**   |
|                                | sub mean                                                                                 | 3.29±0.91               | 3.67±0.91              | 3.81**   |
| Non-switc<br>hing<br>intention | I come back early even when I go<br>out in order to use this cafeteria.                  | 2.44±0.93               | 3.57±0.98              | 10.00*** |
|                                | If time and money allow, I will<br>use outside restaurants.                              | 2.86±1.12               | 3.81±1.17              | 7.03***  |
|                                | sub mean                                                                                 | 2.65±1.03               | 3.69±1.08              | 11.03*** |
|                                | mean                                                                                     | 3.16±0.71               | 3.65±0.73              | 5.70***  |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(not at all)~5(very much)

\*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

## (2) 이용기간에 따른 고객충성도

조사대상자의 이용기간에 따른 고객충성도를 Table 14에 제시하였다.

이용기간에 따른 고객충성도 전체 평균은 2년 미만 3.40/5.00점, 2년 이상~4년 미만 3.58/5.00점, 4년 이상 3.42/5.00점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 2년 미만은 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’가 3.58점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 3.14점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다. 2년 이상~4년 미만은 ‘나는 시간과 돈이 허락한다면 외부 식당을 이용할 생각이다’가 3.74점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 3.42점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다. 4년 이상은 ‘나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각이다’가 3.67점으로 고객충성도가 가장 높게 나타났고 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용한다’가 2.91점으로 고객충성도가 가장 낮게 나타났다.

재구매 의도는 2년 미만 3.54점, 2년 이상~4년 미만 3.59점, 4년 이상 3.62점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 재구매 의도의 세부 항목에서, 4년 이상이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 구전 의도는 2년 미만 3.46점, 2년 이상~4년 미만 3.58점, 4년 이상 3.53점으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 구전 의도의 세부 항목에서, 2년 이상~4년 미만이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 전환하지 않을 의도는 2년 미만 3.23점, 2년 이상~4년 미만 3.58점, 4년 이상 3.11점으로 2년 이상~4년 미만이 2년 미만과 4년 이상보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다. 전환하지 않을 의도의 세부 항목에서, 2년 이상~4

년 미만이 모든 세부 항목에서 높은 점수를 보였으나 ‘나는 시간과 돈이 허락한다면 외부 식당을 이용할 생각이다.’에서만 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 나타냈다.

따라서 H2-b 근무특성(직무, 이용기간)에 따라 고객충성도가 다르다는 직무는 채택되었고 이용기간은 기각되어 부분채택 되었다.



**Table 14. Customer loyalty by using duration**

|                         |                                                                                    | < 2                       | 2 ≤ ~< 4               | 4 ≤                    | F-value |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|---------|
| Repurchase intention    | I think I will used this cafeteria from now on.                                    | 3.58±0.85 <sup>ab1)</sup> | 3.63±0.82              | 3.67±0.90              | 0.35    |
|                         | When I plan to use a restaurant, I will consider our cafeteria first.              | 3.49±0.89                 | 3.54±0.93              | 3.57±0.89              | 0.23    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.54±0.87                 | 3.59±0.88              | 3.62±0.90              | 0.31    |
| Word-of-mouth intention | I think I will speak favorably about our cafeteria to people from other companies. | 3.44±0.85                 | 3.54±0.96              | 3.50±0.93              | 0.28    |
|                         | I will recommend this cafeteria to my colleagues.                                  | 3.48±0.92                 | 3.62±0.96              | 3.55±0.95              | 0.46    |
|                         | sub mean                                                                           | 3.46±0.89                 | 3.58±0.96              | 3.53±0.94              | 0.41    |
| Non-switching intention | I come back early even when I go out in order to use this cafeteria.               | 3.14±1.07                 | 3.42±1.01              | 2.91±1.15              | 5.31    |
|                         | If time and money allow, I will use outside restaurants.                           | 3.31±1.22 <sup>a</sup>    | 3.74±1.18 <sup>b</sup> | 3.30±1.27 <sup>a</sup> | 3.50*   |
|                         | sub mean                                                                           | 3.23±1.15 <sup>a</sup>    | 3.58±1.10 <sup>b</sup> | 3.11±1.21 <sup>a</sup> | 5.90*   |
|                         | mean                                                                               | 3.40±0.75                 | 3.58±0.82              | 3.42±0.73              | 1.44    |

<sup>1)</sup>Mean±SD. Score scale: 1(not at all)~5(very much)

<sup>ab)</sup>Different letters on the same row indicate significant differences among groups by Duncan's multiple range test

\*p<0.05

#### 4. 급식서비스 만족도와 고객충성도의 상관관계

급식서비스 만족도와 고객충성도와의 상관관계 결과를 Table 15에 제시하였다. 급식서비스에 대한 전체 고객만족도는 전체 고객 충성도와 유의적( $p<0.01$ )인 높은 양의 상관관계가 나타났다.

고객충성도 요인 중 재구매 의도는 메뉴, 서비스, 위생, 환경과 유의적( $p<0.01$ )인 양의 상관관계를 보였고 메뉴와의 상관계수가 가장 높았고 환경과의 상관계수는 가장 낮았다. 구전 의도는 메뉴, 서비스, 위생, 환경과 유의적( $p<0.01$ )인 양의 상관관계를 보였고 서비스와의 상관계수가 가장 높았고 환경과의 상관계수가 가장 낮았다. 전환하지 않을 의도는 메뉴, 서비스, 위생, 환경과 유의적( $p<0.01$ )인 양의 상관관계를 보였고 서비스와의 상관계수가 가장 높았고 위생과의 상관계수가 가장 낮았다.

대학교 급식소에 관한 연구(Lee & Lyu 2010)에서도 메뉴, 서비스 요인과 고객충성도의 상관계수가 가장 높게 나타난 것과 유사한 결과를 보였다. Kim 등(2009)의 고등학교 급식소 연구에서 메뉴, 서비스, 위생, 환경 모두 유의적( $p<0.01$ )인 양의 상관관계를 보였으며 서비스와 고객충성도의 상관관계가 가장 높게 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보였다. Kim(2004)의 맥도날드 이용고객 연구에서 매우 만족한 고객이 만족한 고객보다 재방문의도와 추천 의도가 높으며 만족도가 떨어질수록 재방문의도 및 추천의도도 현저히 떨어진다고 보고하였다.

이상의 결과를 볼 때, 급식서비스 만족도의 메뉴, 서비스, 위생, 환경 요인의 만족도 요인은 고객 충성도와 관계가 있으므로 급식소에서는 급식서비스 품질의 각 요인에 대한 고객만족도를 높여야 한다.

메뉴 요인의 만족도 향상을 위해 선호 메뉴 제공과 친환경 식재료 사용, MSG 무 첨가, 음식 맛 개선 등이 필요하며 서비스 요인의 만족도 향상을



위해 홀 라운딩, 고객 의견 수렴, 조리원 서비스 교육, 영양소 표시 등이 필요할 것으로 사료된다. 위생 요인의 만족도 향상을 위해 전처리 식자재, 원산지 표시, 홀 청결, 식기와 수저의 소독, 조리원 위생 교육, 복장 청결 등이 필요하며 환경 요인의 만족도 향상을 위해 동선 재정비, 조명 밝기, 냉난방, 테이블과 의자의 사용 편리성 등의 관리가 필요할 것으로 사료된다.



**Table 15. Correlation between food service satisfaction and customer loyalty**

|                         | Menu    | Service | Sanitation | Environment | Total satisfaction |
|-------------------------|---------|---------|------------|-------------|--------------------|
| Repurchase intention    | 0.649** | 0.636** | 0.648**    | 0.579**     | 0.701**            |
| Word-of-mouth intention | 0.667** | 0.699** | 0.652**    | 0.645**     | 0.731**            |
| Non-switching intention | 0.549** | 0.595** | 0.492**    | 0.573**     | 0.597**            |
| Tatal loyalty           | 0.726** | 0.757** | 0.697**    | 0.712**     | 0.792**            |

\*\*p<0.01

## 5. 고객충성도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인

### 가. 재구매 의도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인

재구매 의도에 영향력을 주는 급식 서비스 만족도 요인에 관한 다중회귀분석 결과를 Table 16에 나타내었다. 급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경을 독립변수로 하고 고객충성도 중 재구매 의도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 설명력( $R^2$ )은 0.483( $p < 0.001$ )으로 나타났다.

급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경 중 위생( $\beta = 0.304$ ,  $p < 0.001$ ), 메뉴( $\beta = 0.270$ ,  $p < 0.01$ )가 재구매 의도에 유의적인 양의 영향력을 주었고 서비스와 환경은 영향력을 주지 못하였다.

Hong(2008)은 기업체 연수원 급식소에서 음식메뉴( $\beta = 0.545$ ,  $p < 0.01$ ), 종업원의 태도( $\beta = 0.224$ ,  $p < 0.01$ ), 식당시설( $\beta = 0.171$ ,  $p < 0.01$ ), 위생설비( $\beta = 0.130$ ,  $p < 0.01$ ), 종업원의 태도( $\beta = 0.224$ ,  $p < 0.01$ ) 등 모든 요인이 재방문 추천의사에 유의적인 영향력을 주었다. Kim(2006)은 대학교 급식소에서 음식 요인( $\beta = 0.318$ ,  $p < 0.001$ )이 재방문의도에 유의적인 양의 영향력을 주어 음식에 만족한 고객일수록 대학 급식소에 재방문하고자 하는 의도가 큰 것으로 보고하였다. Min(2008)은 호텔 한식당의 서비스품질 중 인적서비스, 물리적서비스, 메뉴서비스 순으로 재방문에 유의적( $p = 0.000$ )인 영향력을 주므로 고객관리가 필요하며 종사원의 서비스 교육과 시설 및 음식의 질적 향상을 위해서 노력해야 한다고 보고하였다.

Table 16. Satisfaction factor of food service to effect on  
Repurchase intention

| Content               | Unstandardization $\beta$ | standardized $\beta$ | t-value  | p-value |
|-----------------------|---------------------------|----------------------|----------|---------|
| (constant)            | 0.045                     |                      | 2.332*   | 0.020   |
| Menu                  | 0.310                     | 0.270                | 3.520**  | 0.001   |
| Service               | 0.374                     | 0.315                | 1.831    | 0.068   |
| Sanitation            | 0.359                     | 0.304                | 4.330*** | 0.000   |
| Environment           | -0.157                    | -0.144               | -1.001   | 0.318   |
| F=70.784 (p=0.0001)   |                           |                      |          |         |
| R <sup>2</sup> =0.483 |                           |                      |          |         |

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

## 나. 구전 의도에 영향을 주는 급식서비스 만족도 요인

구전 의도에 영향력을 주는 급식 서비스 만족도 요인에 관한 다중회귀분석 결과를 Table 17에 나타내었다. 급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경을 독립변수로 하고 고객충성도 중 구전 의도를 종속 변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 설명력( $R^2$ )은 0.526( $p<0.001$ )으로 높게 나타났다.

급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경 중 서비스( $\beta=0.492$ ,  $p<0.01$ ), 위생( $\beta=0.205$ ,  $p<0.01$ ), 메뉴( $\beta=0.204$ ,  $p<0.01$ )가 구전 의도에 유의적인 양의 영향력을 주었고 환경은 영향력을 주지 못하였다.

Kim(2006)은 대학교 급식소 연구에서 음식 요인( $\beta=0.355$ ,  $p<0.001$ )이 추천의도에 유의적인 양의 영향력을 미쳐 음식요인에 대한 인식도가 높은 고객일수록 대학급식소를 친구나 다른 사람에게 추천하고자 하는 의도가 큰 것으로 보인다. Yang 등(2000)은 외식업체 고객의 서비스 품질 연구에서 음식 수준, 분위기, 종업원의 태도가 추천의도와 재방문 의사에 유의적( $p<0.001$ )인 양의 영향력을 미치는 것으로 보고하였다. Lee 등(2003)은 외식업체의 서비스 품질이 구전의도에 미치는 영향에서 메뉴는 고객만족도에 가장 영향을 미치는 요인이며, 고객만족도가 높으면 구전의도에 긍정적인 영향을 미치는데 재방문 의도가 높은 사람일수록 구전의도가 높은 것으로 보고하였다. Min(2008)은 호텔 한식당의 서비스 품질 중 인적서비스, 메뉴 서비스, 물리적서비스 순으로 구전커뮤니케이션에 유의적( $p=0.000$ )인 영향력을 주므로 감사의 편지 발송, 전화나 메일을 통한 기념일 축하, 각종 프로모션 홍보 등 이에 대한 고객의 관리가 필요하다고 보고하였다.

**Table 17. Satisfaction factor of foodservice to effect on word-of-mouth intention**

| Content               | Unstandardization $\beta$ | standardized $\beta$ | t-value | p-value |
|-----------------------|---------------------------|----------------------|---------|---------|
| (constant)            | 0.159                     |                      | 0.839   | 0.402   |
| Menu                  | 0.242                     | 0.204                | 2.748** | 0.006   |
| Service               | 0.605                     | 0.492                | 2.985** | 0.003   |
| Sanitation            | 0.251                     | 0.205                | 3.049** | 0.003   |
| Environment           | -0.143                    | -0.127               | -0.921  | 0.358   |
| F=83.651 (p=0.0001)   |                           |                      |         |         |
| R <sup>2</sup> =0.526 |                           |                      |         |         |
| **p<0.01              |                           |                      |         |         |



#### 다. 전환하지 않을 의도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인

전환하지 않을 의도에 영향을 주는 급식 서비스 만족도 요인에 관한 결과는 Table 18에 나타내었다. 급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경을 독립변수로 하고 고객충성도 중 전환하지 않을 의도를 종속 변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 설명력( $R^2$ )는 0.358( $p<0.001$ )으로 높게 나타났다.

급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경 중 메뉴( $\beta=0.188$ ,  $p<0.05$ )가 유의적인 양의 영향력을 주었고 서비스, 위생, 환경은 영향력을 주지 못하였다.

Kang & Lee(2008)은 음식서비스 연구에서 고객만족( $\beta=0.365$ ,  $p<0.001$ )이 전환의도에 유의적인 양의 영향력을 주는 것으로 보고하였다. Shu & Hur(2004)는 고객만족이 높을수록 우선 선택의도에 유의적( $p<0.01$ )인 양의 영향력을 주는 것으로 보고하였다.

**Table 18. Satisfaction factor of food service to effect on non-switching intention**

| Content               | Non-standardization $\beta$ | standardization $\beta$ | t-value | p-value |
|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|---------|---------|
| (constant)            | 0.299                       |                         | 1.209   | 0.228   |
| Menu                  | 0.251                       | 0.188                   | 2.172*  | 0.031   |
| Service               | 0.434                       | 0.316                   | 1.635   | 0.103   |
| Sanitation            | 0.026                       | 0.019                   | 0.247   | 0.103   |
| Environment           | 1.144                       | -0.114                  | 0.699   | 0.485   |
| F=42.485 (p=0.0001)   |                             |                         |         |         |
| R <sup>2</sup> =0.358 |                             |                         |         |         |
| *p<0.05               |                             |                         |         |         |

## 라. 전체 고객충성도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인

전체 고객충성도에 영향을 주는 급식 서비스 만족도 요인에 관한 결과는 Table 19에 나타내었다. 급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경을 독립변수로 하고 전체 고객충성도를 종속 변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 설명력( $R^2$ )은 0.615( $p<0.001$ )으로 높게 나타났다.

급식서비스 만족도 요인인 메뉴, 서비스, 위생, 환경 중 메뉴( $\beta=0.249$ ,  $p<0.05$ ), 서비스( $\beta=0.199$ ,  $p<0.01$ ) 위생( $\beta=0.425$ ,  $p<0.05$ )이 유의적인 양의 영향력을 주었고 환경은 영향력을 주지 못하였다.

Oh(2006)는 학교급식 연구에서 고객충성도에 가장 많은 영향을 주는 것이 위생이라 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 고객들이 위생에 대한 관심이 높으며 위생에 대한 만족도가 고객충성도에 영향을 미치므로 종사원의 위생교육과 철저한 위생관리가 필요한 것으로 사료된다. Kim 등(2009)의 연구에서 고등학교 급식에서 고객충성도에 가장 영향력을 미치는 요인은 서비스이며 다음은 음식, 위생 요인이라 보고하여 본 연구와 다른 결과를 보였다. Hong(2008)은 기업체 연수원 급식업체 연구에서 서비스 품질이 양호할수록 고객 재방문추천의사가 높으며 급식에 대한 고객만족도가 높을수록 고객 재방문 추천의사가 높다고 보고하였다. Kim 등(2007)은 커피전문점 선택속성에 관한 연구에서 커피 맛의 품질 및 서비스( $p<0.01$ )와 브랜드 인지도( $p<0.05$ )가 고객충성도에 유의적인 영향력을 주는 것으로 보고되어 커피전문점의 경우 위치나 분위기, 부가적인 서비스보다는 고객들이 실제로 커피를 음용하면서 느끼는 맛과 이와 관련된 서비스와 브랜드 인지도가 고객들의 충성도에 중요한 영향을 미치는 것으로 보고하였다.

본 연구에서는 위생이 전체 고객충성도에 가장 영향력을 주는 것으로 나

타났으나 메뉴는 고객충성도의 3가지 요인인 재구매 의도, 구전 의도, 전환  
하지 않을 의도 모두에 영향력을 주고 있으므로 새로운 메뉴 개발을 통해  
다양성을 주어야 하며 건강지향적인 메뉴, 친환경 재료, 저염식 등의 제공  
이 필요하다.



**Table 19. Satisfaction factor of food service to effect on total customer loyalty**

| Content               | Non-standardization $\beta$ | standardization $\beta$ | t-value | p-value |
|-----------------------|-----------------------------|-------------------------|---------|---------|
| (constant)            | 0.303                       |                         | 2.029   | 0.043   |
| Menu                  | 0.260                       | 0.249                   | 3.694*  | 0.000   |
| Service               | 0.456                       | 0.199                   | 3.280** | 0.001   |
| Sanitation            | 0.231                       | 0.425                   | 0.237*  | 0.005   |
| Environment           | -0.031                      | -0.031                  | 0.699   | 0.808   |
| F=119.527 (p=0.0001)  |                             |                         |         |         |
| R <sup>2</sup> =0.615 |                             |                         |         |         |

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 경남지역에서 위탁급식을 하는 5개의 산업체 급식소 근로자 300명을 대상으로 급식서비스 만족도와 고객충성도를 평가하고, 급식서비스 만족도가 고객충성도에 미치는 영향을 파악함으로써, 산업체 위탁급식의 경쟁력을 높이는데 필요한 자료를 도출하고자 한다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자 중 20대 25.0%, 30대 53.0%, 40대 이상 22.0%이다. 학력은 고졸이하 35.7%, 대졸이상 64.3%로 나타났고, 직무는 사무직 41.3%, 생산직 58.7%이었다. 구내식당의 이용 기간은 2년 미만 31.0%, 2년 이상~4년미만 25.7%, 4년 이상 42.7%로 나타났다.
2. 급식서비스 만족도 평가는 전체 평균이 3.51/5.00점으로 나타났으며, 메뉴 3.47점/5.00, 서비스 3.50점/5.00, 위생 3.65점/5.00, 환경 3.45점/5.00으로 나타났다. 연령에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 40대 이상이 가장 높은 점수를 보였다. 서비스 요인의 만족도는 40대 이상이 30대 보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 보였다. 학력에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 고졸 이하가 대졸 이상보다 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 직무에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높게 나타났다. 메뉴( $p<0.001$ ), 서비스( $p<0.001$ ), 환경( $p<0.001$ ) 요인의 급식서비스 만족도는 생산직이 사무직보다 유의적으로 높게 나타났다. 위생 요인의 급식서비스 만족도는 생산



직이 사무직보다 유의적( $p<0.01$ )으로 높게 나타났다.

이용기간에 따른 급식서비스 만족도는 전체 평균이 2년 이상~4년 미만이 가장 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다.

3. 고객충성도 평가 점수는 3.46점/5.00으로 나타났으며 재구매 의도는 3.60/5.00점, 구전 의도는 3.52/5.00점, 전환하지 않을 의도는 3.27/5.00점으로 나타났다. 연령에 따른 고객충성도는 40대 이상이 20대와 30대 보다 높은 점수를 보였으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 재구매 의도에서 40대 이상이 30대보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 보였으며 재구매 의도 중 ‘나는 앞으로 구내식당을 이용할 생각이다’는 40대 이상이 30대보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 보였다. 전환하지 않을 의도에서 ‘나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여 구내식당을 이용 한다’는 30대가 40대 이상보다 유의적( $p<0.01$ )으로 높은 점수를 보였다. 직무에 따른 고객충성도는 생산직이 사무직보다 유의적( $p<0.001$ )으로 높은 점수를 보였다. 구전 의도( $p<0.01$ ), 전환하지 않을 의도( $p<0.001$ )는 생산직이 사무직보다 유의적으로 높게 나타났다. 이용기간은 전환하지 않을 의도 중 ‘나는 시간과 돈이 허락 한다면 외부 식당을 이용할 생각이다.’는 2년 이상~4년 이하가 2년 미만과 4년 이상보다 유의적( $p<0.05$ )으로 높은 점수를 보였다.

4. 급식 서비스 속성과 고객충성도와의 상관관계는 메뉴, 서비스, 위생, 환경 등 4가지 요인 모두 재방문 의도, 구전 의도, 전환하지 않을 의도와 양(+)의 유의적인 상관관계를 보였다. 특히 재방문의도( $p<0.01$ )에서는 메뉴 요인이, 구전 의도와 전환하지 않을 의도( $p<0.01$ )에서는 서비스 요인이 다른 요인에 비해 유의적으로 높은 상관관계를 보였는데, 메뉴와 서비스가 다른 요인에 비해 고객충성도에 미치는 영향이 크다는 것을 보여준다.

5. 고객충성도 중 재구매 의도에 가장 큰 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인은 위생, 메뉴 순이었다. 구전 의도에 가장 큰 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인은 서비스, 위생, 메뉴 순이었다. 전환하지 않을 의도에 가장 영향력을 주는 급식서비스 만족도 영역은 메뉴로 나타났다. 전체 고객충성도에 영향력을 주는 급식서비스 만족도 요인은 위생, 메뉴, 서비스 순이었다.

이상의 결과를 통해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

1. 산업체 급식에서 급식서비스 만족도는 일반 레스토랑과 같이 고객충성도로 이어지므로 이용고객이 고정적인 단체 급식이지만 위탁 업체 간의 경쟁과 고객만족이 재계약에 영향을 미치기 때문에 고객충성도의 관리가 필요하다.

2. 산업체 위탁급식의 고객충성도를 높이기 위해서 메뉴, 서비스, 위생 면에서 지속적으로 연구, 개발하고 타 업체와의 차별화를 통하여 이용고객의 만족도를 향상시키는 것이 중요하겠다.

3. 메뉴는 고객충성도의 모든 요인에 영향을 주고 있으므로 트렌드에 맞는 건강 지향적 메뉴 제공, 재철 식재 이용, 벤치마킹, 선호메뉴 조사, 테마 메뉴 제공 등의 메뉴얼 개발이 필요하다.

4. 사무직이 생산직에 비해 급식서비스 만족도와 고객충성도가 낮게 나타났는데 사무직의 급식서비스 만족도가 낮은 항목인 음식의 맛, 다양한 메뉴제공, 신 메뉴제공, 퇴식구 청결관리는 개선이 필요하다.

본 연구는 공장 군이 밀집된 경남지역만을 대상으로 연구를 실시하였기 때문에 향후 연구에서는 더 다양한 지역의 산업체를 대상으로 연구를 실시하여 지역 간 차이를 비교해 보는 것도 도움이 될 것이다. 또한 각 위탁

급식 업체 간의 구별 없이 고객만을 대상으로 연구를 실시하였지만 위탁 급식업체 별로 급식서비스 만족도와 고객충성도를 비교해 본다면 위탁급식 업체의 발전에도 도움이 될 수 있을 것이다.



## 참고문헌

- Ahn SJ (2003): Evaluation of the menu satisfaction on the customer's menu selection behavior in the office foodservice. MS thesis, Yonsei University, pp.1
- Aigbedo H & Parameswaran R (2004): Importance-performance analysis for improving quality of campus food service. The International Journal of Quality & Reliability Management 21(8):876-896
- Choi DO, Lee KB (2006): The factors influencing customer loyalty formation through service quality. J Industrial Economic Res 19(4):373-387
- Choi ST (2007): An analysis about the effect on the user satisfaction of the foodservice factors in the contracted foodservice management industry, MS thesis, Kyunghee University, pp.46-64
- Cronin J & Taylor S(1992): How to measure service quality and customer satisfaction : The informal field guide for tools and techniques. American Marketing Association, Chicago, IL. pp.125
- Ha J & Jang SC (2010): Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. International Journal of Hospitality Management, 29: (6)520-529
- Han AR (2008): A study on customer satisfaction in industry by foodservice management, MS thesis, Ulsan University, pp.10

- Hong SH (2008): What effects impressions of service quality for cafeteria in company training institute has on customer satisfaction and their likelihood of comeback. MS thesis, Sejong University, pp.67
- Hong WS, Yoon JY(2003): Foodservice employees' sanitation and hygiene practice in school foodservice. Korean J Soc Food Cookery Sci 19(4):403-412
- Jang MR, Kwak TK (1997): Assessment of foodservice management practices in the employee feeding operations according to type of workers. J Korean Diet Assoc 3(1):63-73
- Kang JH, Lee JG (2008): Assessing the effects of perceived value and satisfaction with foodservice on switching intention and loyalty. The Korean Journal of Culinary Research 14(2):181-192
- Kim BR (2009): Effect of individual property of workers on satisfaction of foodservice quality. MS thesis, Yeungnam University, pp.3
- Kim HA (2006): Effect of the consumer's perception of the university foodservice quality on the consumer attitude. J Korean Soc Food Sci Nutr 35(6):815-822
- Kim HB, Lee JW, Ro YJ(2007): Impacts of choice attributes on customer loyalty in the coffee-shop restaurant. Journal of Foodservice Management Society of Korea 10(4):237-252
- Kim HM, Ou YJ, Ha DH (2008): The effect of 6 sigma program on culinary quality performance, work commitment, and customer loyalty in the culinary division. Korean J Soc Food Cookery Sci

24(6):818-828

- Kim SH, Kim HS, Lyu ES (2009): Relation among foodservice quality between customer loyalty of high school students in Busan area. J Korean Soc Food Sci 38(9):1271-1278
- Kim SJ, Kim MA (2000): Satisfaction factor analysis on foodservice quality for employee grouped by working type 1. Analysis of expectation and perception, satisfaction. Korean J Soc Food Sci 16(5):437-444
- Kim SJ, Kim MA (2001): Analysis of demographic backgrounds on factory foodservice quality for employee grouped by working types. J Korean Diet Assoc 7(4):397-409
- Kim YK (2004): An empirical study on the comparison of satisfaction and loyalty of customers at McDonald's stand alone and co branded outlets. Korean J. Food Culture 19(4):406-418
- Kim YS, Lyu ES (2003): Evaluation of patients' satisfaction with foodservice of mid-size hospitals in Busan Aeea. J Korean Soc Food Sci Nutr 32(7):1153-1163
- Ko HJ (2002): Studies on the estimation of customers about the service quality of food service companies. MS thesis, Chungang University, pp.12
- Kwak TK, Lee KM, Chang HR, Kang YJ, Hong WS, Moon HK (2005): Analysis of critical control points through field assessment of sanitation management practices in foodservice establishments. Korean J Foodd Cookery Sci 21(3):290-300
- Lee AJ, Park DH, Park JW (2003): Effect of the service quality of



- foodservice industry on customer satisfaction, revising intention, and oral transmitting intention. Korean J Hospitality Administration 12(1):191-213
- Lee EY, Choi ST, Lee SB (2007): An analysis of user satisfaction by the food service factors in the contracted food service management industry. Korean Society of Tourism 9(3):113-129
- Lee HY, Ahn SJ, Yang IS (2008): Case Study of Menu Satisfaction Index in Business & Industry Food Service. J Korean Soc Food Sci Nutr 37(11):1433-1451
- Lee HY, Yang IS (1999): Evaluation of menu quality management in business & industry contract foodservice on customer's viewpoint. Korean J Nutr 32(8):967-973
- Lee KA, Lyu ES (2010): Relationship between satisfaction with foodservice and customer loyalty of university students in Busan. Korean J Food Cookery Sci 26(4):413-421
- Lee YJ (2008): Services Marketing. Harkhyunsa, Paju, pp.338-392
- Lim HS, Yang IS, Cha JA (1999): Analysis of patient satisfaction and factors influencing satisfaction on hospital foodservice quality. J Korean Diet Assoc 5(1):29-47
- Lyu ES (1998): Customer satisfaction index of business & industry foodservice operations in Pusan and Kyeung Nam area. J Korean Diet Assoc 4(2):152-159
- Martin WB(1996): Defining what quality service is for you. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 27(2):27-30
- Meyer MK(2000): Top predictors of middle/junior high school

- student's satisfaction with school foodservice and nutrition programs. J Am Diet Assoc 100(1):100-103
- Meyer MK & Conklin MT (1998): Variables affecting high school student's perceptions of school foodservice. J Am Diet Assoc 98(10):1424-1431
- Min KH(2008): A study on the effects of service quality on customer satisfaction, revisiting intention, and word-of-mouth communication regarding Korea hotel restaurants. Korean J Food Cookery Sci 24(6)780-787
- Nam SW (2011): The effects of food service factors on customers' satisfaction and loyalty in the contracted food service industry -Focused on the comparison among the contracted food service company in Busan area-. MS thesis, Youngsan University, pp.24
- Nunnally JC(1967): Psychometric theory Mc Graw-Hill Book Co. NY. p.55-56
- Oh JR(2006): The effect of school food service on customer satisfaction and loyalty -Based on high schools in seoul-. MS thesis, Kyonggi University, pp.77
- Oh JY (2010): A study on the influence of business entities' meal service quality upon user satisfaction. MS thesis, Kyunghee University, pp.2
- Oliver RL (1999): Whence consumer loyalty?. Journal of Marketing. 63(Special Issue):33-44
- Park JS (2011): A study on the factors which mark an effect on the customer satisfaction of industry food service in Gyeonggi. MS

- thesis, Suwon University, pp.22-23
- Shu JW & Hur YJ (2004): A study of the impact of service quality on store loyalty and roles of mediators in the restaurant industry -In case of western style restaurant-. Journal of Tourism Research 16(2):253-269
- Yang IS (1995): Foodservice management strategies and competitiveness strengthening plan. Proceedings of 1995 Symposium of the Korean Dietetic Association, pp.117-133
- Yang IS, Han KS (1999) An analysis of customer satisfaction by operational characteristics in business & industry foodservice operated by contracted foodservice management company. Korean J. Food Culture 14(5):487-495
- Yang IS, Shin SY, Kim HY (2000a): The effects of customer expectations & satisfaction on customer loyalty in restaurants. Korean J Community Nutr 5(2):225-235
- Yang IS, Weon CH, Kang HS (2000b): Evaluation of customer's patronage behaviors and satisfaction levels towards service quality dimensions of university residence hall foodservice. Korean J Dietary Culture 15(2):79-97
- Yi YJ, La SA (2002): The relationship of customer satisfaction, adjusted expectation and repurchase intention: the moderating role of customer loyalty. Consumption Studies 7(2):129-157
- Yi YJ, Lee CL (2007): The role of customer loyalty variables in the effects of customer satisfaction on firm's performance. Marketing Research 22(1):81-102

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

## 부산·경남지역 산업체 급식의 서비스 품질에 대한 인식조사

안녕하세요?

본 설문에 응해주셔서 감사드립니다.

본 설문지는 산업체 급식소의 급식서비스품질 향상에 대해 실시하는 조사로서, 여러분의 의견을 듣고자 마련한 것입니다.

여러분의 성의있는 응답을 통해 얻어진 결과는 산업체 급식소의 급식서비스 품질 및 고객충성도의 향상에 귀중한 자료로 이용될 것입니다.

본 자료는 연구 목적으로만 사용됨을 약속드리오며, 더 나은 급식 서비스향상을 제공하는데 기여할 것입니다.

본 연구에 협조해 주신데 대해 진심으로 감사드립니다.

2012년 8월

부경대학교 교육대학원 영양교육전공  
석사과정 김현주드림

## 1. 급식 서비스에 대한 만족도

다음은 귀하께서 이용하시는 급식소의 음식, 서비스, 위생 특성에 대한 만족도 조사입니다. '매우 불만족'이면 1번, '매우 만족'이면 5번에 ○표 주십시오.

| 문항                                   | 매우<br>불만<br>족 | 불<br>만<br>족 | 보<br>통 | 만<br>족 | 매우<br>만<br>족 |
|--------------------------------------|---------------|-------------|--------|--------|--------------|
| 1. 음식 선택의 다양함                        | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 2. 내가 좋아하는 메뉴 제공                     | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 3. 음식의 맛                             | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 4. 음식의 온도<br>(찬 음식은 차게, 더운 음식은 따뜻하게) | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 5. 제공되는 음식의 외관                       | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 6. 음식의 영양                            | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 7. 음식의 양                             | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 8. 음식의 간                             | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 9. 새로운 메뉴의 제공                        | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 10. 계절 및 행사에 맞는 특식 제공                | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 11. 식단 및 영양정보의 제공                    | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 12. 휴식공간으로서의 이용 적당함                  | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 13. 쾌적한 식당환경 (냉난방, 통풍, 조명)           | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 14. 식당 소음이 적고 조용함                    | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 15. 식탁 및 의자의 공간배치                    | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 16. 배식구와 퇴식구의 위치                     | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 17. 배식이 신속, 정확함                      | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 18. 음식의 위생안전성                        | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 19. 식당의 청결                           | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 20. 식판(수저, 컵 등)을 포함한 식기청결            | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 21. 주방의 청결                           | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 22. 배식구의 청결                          | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 23. 퇴식구의 청결                          | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 24. 배식원의 위생장갑 착용                     | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 25. 종업원 복장의 청결                       | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 26. 이벤트 행사의 다양함                      | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 27. 불만이나 개선에 대해 건의하기 쉬움              | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 28. 급식종사자들의 친절                       | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 29. 직원들의 불만사항을 신속히 처리함               | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |
| 30. 직원들의 건의사항을 식당운영에 반영함             | 1             | 2           | 3      | 4      | 5            |

## II. 급식업체에 대한 견해

다음은 귀하께서 이용하시는 급식소에 대해 어떻게 생각하는지에 대한 조사입니다. '전혀 그렇지 않다'는 1번, '매우 그렇다'는 5번에 ○표해 주십시오.

| 문항                                          | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 그렇<br>지않<br>다 | 그저<br>그렇<br>다 | 그렇<br>다 | 매우<br>그렇<br>다 |
|---------------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------|---------------|
| 나는 앞으로 구내식당을 계속 이용할 생각<br>이다                | 1               | 2             | 3             | 4       | 5             |
| 나는 식당을 이용하고자 할 때는 우리<br>구내식당을 우선적으로 생각할 것이다 | 1               | 2             | 3             | 4       | 5             |
| 나는 우리 구내식당에 대해 타 회사 사람<br>에게 좋게 말할 의향이 있다   | 1               | 2             | 3             | 4       | 5             |
| 나는 직장동료들에게 구내식당을 이용하<br>고 권유할 것이다.          | 1               | 2             | 3             | 4       | 5             |
| 나는 외출하는 경우에도 빨리 복귀하여<br>구내식당을 이용한다.         | 1               | 2             | 3             | 4       | 5             |
| 나는 시간과 돈이 허락한다면 외부 식당을<br>이용할 생각이다          | 1               | 2             | 3             | 4       | 5             |

## III. 다음을 읽으시고 해당번호에 ○표 해 주십시오.

1. 귀하의 성별은? ① 남 ( ) ② 여 ( )
2. 귀하의 연령은? 만 \_\_\_\_\_세
3. 귀하가 현재 위탁급식업체에서 운영식당 이용한 기간은? \_\_\_\_년\_\_개월
4. 귀하의 현재 직무는 무엇입니까?  
① 사무직 ( ) ② 현장직 ( )
5. 귀하의 학력은 무엇입니까?  
① 중졸 이하 ( ) ② 고졸 ( ) ③ 대졸 ( ) ④ 대학원 이상 ( )

😊바쁘신 중에도 끝까지 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다😊



## 감사의 글

먼저 이 논문을 마치게 도와주신 모든 분들께 감사드립니다.  
평범한 직장인에서 직장과 학업을 병행하는 것을 결정하기 까지 많은 고민을 했었습니다. 처음 학교생활을 하면서도 논문 발표를 마치고 졸업하던 선배들을 보며 나는 언제 졸업을 하나 막막하기만 했었는데 어느덧 저도 그런 시간이 왔습니다. 학교생활을 하면서 많은 조언을 해주시고 이 논문이 완성되기 까지 많은 관심과 격려로 이끌어 주신 류은순 교수님께 감사드립니다.

그리고 이 논문이 원활하게 결실을 맺을 수 있도록 많은 조언과 도움을 주신 최재수 교수님, 김재일 교수님, 많은 것을 배울 수 있도록 열심히 지도해 주신 류홍수 교수님, 변대석 교수님, 남택정 교수님, 김형락 교수님께도 감사드립니다.

2년 반이라는 시간동안 직장과 학업을 병행 하는 것이 결코 쉬운 일이 아니라 많이 지치고 포기하고 싶었지만 그럴 때 마다 힘을 낼 수 있게 옆에서 힘이 되어 준 친구들에게도 감사의 마음을 전합니다.

직장생활을 하면서 학업에 열중할 수 있게 많은 배려와 도움을 주신 이씨엠디 이동훈 상무님, 진성민 팀장님, 하이트 진로 마산공장 총무파트 정재구 차장님, 노동조합 정익수 지부장님께 감사드립니다.

직장과 학업으로 바쁜 며느리를 많이 이해해주시고 예뻐해 주시는 시부모님과 항상 딸 걱정이신 친정 부모님, 항상 힘이 되는 든든한 남편과 무사히 학업을 마칠 수 있도록 물심양면으로 도와 준 언니에게도 감사드립니다.

2년 반 동안 힘든 순간에도 서로에게 힘이 되어 준 은정이 언니에게도 고마움을 전합니다.

지금까지의 열정과 노력을 잊지 않으며 대학원에서의 배움을 바탕으로 앞으로 더 노력하는 모습을 보여드리겠습니다.

2012년 12월

김 현 주