



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](#)

경영학석사 학위논문

IPA분석을 통한 단체급식 서비스
품질에 대한 위탁사와 수탁사
관리자 비교 연구



2012년 2월

부경대학교 경영대학원

관광경영학과

김 홍 근

경영학석사 학위논문

IPA분석을 통한 단체급식 서비스
품질에 대한 위탁사와 수탁사
관리자 비교 연구

지도교수 전 재 군

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함



2012년 2월

부경대학교 경영대학원

관광경영학과

김 홍 근

김홍근의 경영학석사 학위논문을
인준함

2012년 2월



주 심 관광경영학박사 설 훈 구 (인)

위 원 관광레저학박사 양 위 주 (인)

위 원 관광경영학박사 전 재 균 (인)

목 차

표 목차.....	iii
그림목차.....	iv
Abstract.....	v
I. 서 론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 흐름도	4
II. 이론적 배경	5
1. 서비스품질 속성	5
가. 서비스품질	5
나. 서비스품질의 구성 요소	6
다. 서비스품질 선행연구	9
2. 중요도-수행도 분석	11
III. 연구 방법	16
1. 설문지의 개발과 구성	16
2. 조사 및 분석방법	19

IV. 분석 결과	20
1. 표본의 특성	20
2. 측정도구의 신뢰성 검증	21
3. 서비스 품질 속성의 중요도-수행도분석	23
가. 전체(표본전체)	24
나. 고객사(위탁사)	29
다. 위탁급식회사(수탁사)	34
V. 결 론	40
1. 연구결과의 요약	40
2. 연구의 시사점	43
참고문헌	47
부록(설문지)	54

<표 목차>

<표 1> 서비스품질의 구성요소	7
<표 2> 설문지 구성	17
<표 3> 표본의 일반 특성	20
<표 4> 서비스품질 속성 측정항목의 신뢰도 분석	22
<표 5> 서비스품질 속성의 중요도-수행도에 대한 기술분석 및 차이분석: 표본전체	24
<표 6> 서비스품질 속성 IPA 분석결과: 표본전체	27
<표 7> 서비스품질 속성의 중요도-수행도에 대한 기술분석 및 차이분석: 고객사	31
<표 8> 서비스품질 IPA 분석결과: 고객사	33
<표 9> 서비스품질 속성의 중요도-수행도에 대한 기술분석 및 차이분석: 위탁급식회사	36
<표10> 서비스품질 IPA 분석결과: 위탁급식회사	38

<그림 목차>

<그림 1> IPA 매트릭스	13
<그림 2> 서비스품질 요인별 속성 문항	18
<그림 3> IPA 매트릭스: 표본전체	26
<그림 4> IPA 매트릭스: 고객사	32
<그림 5> IPA 매트릭스: 위탁급식회사	37
<그림 6> 제2사분면 종합 IPA 분석	44



A Comparative Study of Trust & Trustee Company Managers on Service Quality of Institutional Foodservice through IPA

Kim, Hong-Geun

*Major in Tourism Management
Graduate School of Business Administration
Pukyong National University
Supervised by Professor Jun, Jae-Kyoon*

Abstract

This study compared the IPA of the Trust company(contractor company) managers with that of the Trustee company(contractee company) managers to find the different perceptions of the both groups, as well as to propose for the institutional foodservice development. The subjects of the survey include the institutional foodservice restaurants contracting in the industries, hospitals, schools, and national offices.

The results of the IPA on service quality of all the Trust and Trustee company managers are as follows:

First, the attributes of the 1st quadrant in IPA matrix that the levels of importance and performance are high enough to keep them are 13 ones, such as "hygiene/security", "regular catering", "fast trouble shooting", "restaurant cleaning", "company's professionalism", etc.

Second, both companies perceive the attributes of "food taste", "good food materials", and "food absence of stock" are important, while the level of performances is low in the 2nd quadrant. The result shows the Trustee companies should improve the tasks in advance.

Third, the attributes of "restaurant's comfort" and "company's sense of mission" show high level of performance compared to low importance in the 3rd quadrant. The result shows that the Trust company managers, unlike most employees, expect to place more emphasis on the essential issues than the external aspect of foodservice.

Based on the results, this study proposed the ways to develop institutional foodservice qualities and follow-up study.

Keywords : Trust(contractor) & Trustee(contractee) Company, Service Quality, Institutional Foodservice, IPA(Importance-Performance Analysis)

I. 서론

1. 연구의 필요성

단체급식 중에서 산업체와 학교급식시장의 전문위탁급식회사로의 위탁화 바람은 1997년 IMF 경제위기를 겪으며 급속히 확장하기 시작하였으며, 2008년에는 국내 전체 급식시장(직영·위탁 포함)의 매출이 7조8천억 원 규모로 이는 전체 외식시장의 12.9%를 차지하는 중요한 산업으로 성장하였다(한국신용정보평가, 2009).

특히 산업체 급식은 각 직종에 종사하는 근로자에게 필요한 영양소 공급과 체력관리 및 건강유지에 큰 영향을 미치며 작업능률을 높임으로써 노동력의 재생산이라는 차원에서 그 중요성이 강조되고 있다(류은순, 1998; 김신자·김명애, 2001).

산업체 급식을 포함한 위탁급식산업은 다른 외식산업 분야에 비해 일방적으로 고객(급식대상자)들에게 식사를 공급한다는 선입견이 있어왔으나, 점차 복지차원에서 중요성이 인식되기 시작하였으며(문현경·정효지·조정순, 1997) 급식대상자의 단순한 식사 해결차원을 넘어 사원들의 건강증진, 복지 향상 등 보다 포괄적이고 높은 수준으로 발전하고 있다(김정미·송준희, 2002).

고객(급식대상자)들 역시 음식 및 서비스품질에 대한 요구도가 점차 증가하면서 급식분야도 품질, 메뉴, 시설 면에서 상업성 급식의 개념을 접목하여 고객중심의 급식서비스를 제공하는 영역으로 인식이 전환되고 있다(최미경·김희연·신서영·양일선, 2006).

이제 산업체 급식과 같은 단체급식은 급속한 성장세로 인하여 일반 외식과의 경계가 점차 사라지고 있으며 전문적인 맛, 다양한 메뉴 선택권 등의 고객 요구에 대응한 서비스품질 지향의 고객가치 경영이 최우선으로 요구되고 있다(박문경, 2007).

본 연구는 단체급식의 서비스품질과 급식소의 위탁사와 수탁사의 관리자의 시각에 주목하였으며 이에 서비스품질 속성에 대한 두 집단 간의 평가와 분석이 선행될 필요가 있다고 생각되었다. 특히 급식서비스에 대한 고객평가를 이해하여야만 고객을 올바르게 이해하고 요구되는 서비스품질에 대한 개선이 이루어질 수 있기 때문이다(김신자·김명애, 2001; 박상규·김경숙, 2002).

고객사(위탁사)의 급식 서비스품질에 대한 평가를 파악하는 것은 급식 품질 향상의 전제조건으로서 중요하다. 한발 더 나아가서 본 연구에서는 위탁급식회사(수탁사) 관리자의 자가 진단과 분석을 통해 고객사와의 서비스품질에 대한 인식의 차이를 파악하고, 이를 통해 서비스품질 속성별 가장 시급히 해결해야 할 급식서비스에 대한 단서를 제공함으로써 보다 나은 급식 서비스 제공과 궁극적으로는 고객만족 향상에 결정적 요인이 될 수 있을 것이다.

또한 이러한 연구는 급식현장을 고려한 실질적인 연구가 필요하며 급식현장을 고려하지 않은 연구결과는 실효성이 떨어지고 절대적 이상에 불과한 대안이 될 수밖에 없기 때문이다. 특히 본 연구는 기업체·기관의 급식 관련 부서장·담당자와 위탁급식회사의 급식운영 관리자인 점장·영양사에 대해 서비스품질에 대한 중요도와 수행도의 비교를 함으로써 두 집단의 급식관리자 모두에게 보다 실현 가능한 시사점을 줄 수 있을 것으로 생각되었다.

2. 연구의 목적

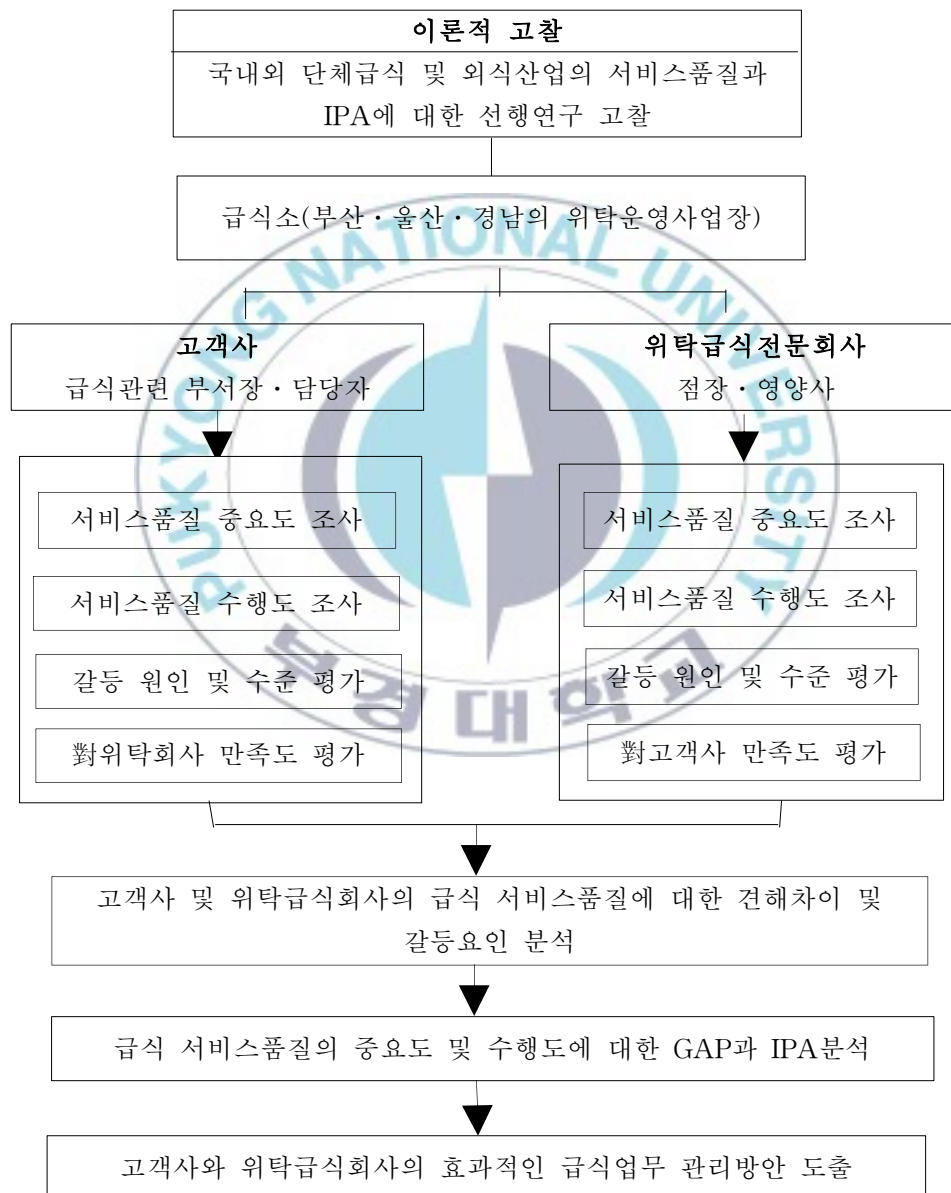
본 연구는 직원식당을 보유하고 있는 기업체나 기관(고객사)의 급식관련 부서장 및 담당자들이 회사를 대신해서 위탁을 준 급식관련 업무에 대해 위탁급식회사의 급식운영에 대한 그 들의 기대와 욕구를 충족시키고 만족도를 향상시키기 위해 현재 운영 중인 급식소에 대해 중요시 여기는 속성과 실제 수행도와의 차이들을 파악하고자 한다.

아울러 이 급식소를 위탁받아서 운영하고 있는 전문위탁급식회사의 점장 및 영양사를 대상으로도 동일한 사항에 대해 스스로 평가해보게 함으로써 고객사와의 인식의 차이를 확인해 보고, 중요도와 수행도에 따른 서비스품질 속성들을 도출하여 비교함으로써 개선해야 할 속성들의 우선순위를 정하여 서비스를 개선해 나가는데 그 목적이 있다.

또한 고객사와 위탁급식회사의 평가결과에 대한 IPA분석을 통해 어떤 요인과 속성들에 대해 회사에서 보유하고 있는 자원과 역량을 더 투입해서 급식소 운영의 만족도를 높일 수 있는지에 대한 전략을 수립하는데 고객사와 위탁급식회사 모두에게 유용한 정보를 제공해 줄 것이다.

3. 연구의 흐름도

본 연구의 내용은 다음의 흐름으로 전개되도록 계획하였다.



II. 이론적 배경

1. 서비스 품질 속성

가. 서비스 품질

서비스품질은 고객의 지각된 서비스와 기대된 서비스의 비교 및 평가의 결과로서 특정 서비스의 우수성과 관련되어 갖는 개인의 주관적이면서 서비스를 제공받는 전 과정에서 연속적으로 작용하게 되는 전반적인 판단 혹은 태도를 말한다(안관영·곽영환, 2003; Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988). 서비스품질은 고객만족의 선행변수이며 품질경영에 있어 매우 중요한 요소이다. 고객이 서비스품질에 대하여 확신하면 해당되는 상품에 대한 충성도가 형성되어 기업의 이익 및 시장점유율로 이어지기 때문에 서비스품질에 대한 중요성은 점차 높아지고 있다(홍석환·서재원, 2004).

Parasuraman et al.(1988)은 서비스 품질의 개념을 정의한 후, 이것을 측정하는 도구로서 SERVQUAL이라고 불리는 다 항목 척도를 처음으로 개발하였으며, 초기에는 서비스품질의 구성요인을 10개 차원(97개 항목)으로 도출하였으나 이후 5개 차원(22개 항목)으로 축약하였다.

급식과 관련된 서비스품질 연구에서는 안정하·문혜경(2008)의 경우 음식, 서비스, 위생, 환경과 분위기 요인을 사용하여 급식 서비스품질을 측정, 위탁급식업체의 급식유형별 고객만족도 비교분석 연구를 하고 있다.

김석준·조용범(2007)은 기업체 종사원의 급식 서비스품질 요인이 이용고객 만족도에 미치는 영향에 대한 연구에서 음식, 서비스, 메뉴, 종업원의 친절도, 위생, 시설이라는 요인을 통해 서비스품질을 측정하고 있다.

나. 서비스 품질의 구성 요소

PZB(1985)는 표적집단 면접을 통해 고객이 제공받는 서비스의 유형과는 무관하게 서비스품질을 평가함에 있어 근본적으로 유사한 기준을 사용한다는 것을 발견하고, 서비스산업에 보편적으로 적용할 수 있는 서비스품질의 결정요소를 10가지, 즉 유형성, 신뢰성, 반응성, 의사소통, 신용성, 능력, 예의, 고객 이해, 접근성, 안정성을 제시하였다.

또한 Carman(1990)은 서비스품질에 대한 고객만족이라는 논문에서 PZB의 연구를 검토하고, 다른 대상의 서비스 업체들에 대해서도 서비스품질 평가를 한 결과, 서비스품질의 구성요소들은 상호간 중복되는 내용을 가지고 있어서 그 구성요소들이 명확하게 인식되기 어렵다는 것을 밝혀냈다. 그리고 고객들의 개인적인 요구나 서비스 업종에 따라 서비스품질 구성요소들 간에 상대적으로 중요성이 다를 수 있다는 것도 규명하였다. 이러한 서비스 구성요소들은 서로 복합적으로 작용하면서 서비스품질이 결정된다고 주장하였다.

결국 모든 서비스 업종에 적용되는 서비스품질 구성요인은 있을 수 없으며, 서비스 업종에 따라 서비스품질 구성요인들은 얼마든지 달라질 수 있다. 그리고 같은 서비스 업종이라도 서비스 업체가 속한 환경적, 문화적 배경에 따라 서비스품질 구성요인이 얼마든지 다르게 결정될 수 있다. 그러므로 서비스 업체의 특성에 따라, 또 나아가서 그 업체가 속한 지역적, 문화적, 환경적, 역사적 배경을 설명할 수 있는 서비스품질 구성요인들을 규명할 필요가 있다.

차영숙(2001)은 급식서비스 품질요소를 PZB의 주요 관리 요소인 유형성, 공감성, 신뢰성, 반응성, 확신성에 급식의 특성인 품질과 위생 요소를 더하여 연구하였으며, 장혜자(1995)는 PZB의 5개 요인 중 확신성이 제외된 4개

요소에 품질, 위생, 가격 요소를 첨가하였다. 위탁급식업체 서비스품질에 대한 구매자의 평가를 연구한 고희정(2002)은 급식 서비스의 품질 요소를 음식, 위생 및 청결, 가격, 분위기, 식당시설 관리, 조리원의 태도, 이용의 편리성, 신속성 등으로 분류하였으며, 장승희(2002)는 병원급식의 서비스품질 요소를 음식, 편리성, 적절성, 배선원의 태도 등으로 분류하였다.

<표 1> 서비스 품질의 구성 요소

연구자 구성 요소	PZB (1985)	PZB (1988)	Carman (1990)			Richard, Allaway (1993)	Davholk -er (1996)	Bienst- ock (1997)
서비스 유형	이론적 개념	은행, 증권, 전화 수리 등	타이어 상점	직업 소개소	치과	피자점 가정 배달	소매점	물류
구성 요소	유형성 신뢰성 반응성 의사소통 신용성 능력 예의 고객이해 접근성 안전성	유형성 신뢰성 반응성 확신성 공감성	유형성 신뢰성 반응성 안전성 예의 접근성	유형성 신뢰성 반응성 안전성 개인적 관심, 접근성 편리성	유형성 신뢰성 반응성 안전성 편리성 비용	유형성 신뢰성 반응성 보증성 감정이입 결과	물리적 측면, 신뢰성 개인적 상호작용 문제해결 정책	적시성 유용성 조건

출처: 윤명숙(1999). 서비스 품질 측정 방법에 관한 연구

급식에 있어서 품질은 음식으로서의 품질과 이것을 조합시킨 식사로서의 품질로 나누어진다. 음식의 품질은 양과 질(맛, 온도, 색, 질감)에 의해 평

가되고, 식사의 품질은 음식을 조합시켰을 때의 양, 맛, 색의 균형 및 식판에 놓인 식기나 식당 등의 식사 환경도 함께 평가되며, 피 급식자는 시설, 식단, 식사의 양과 질, 그리고 서비스에 대한 기대가 충족되어야만 만족할 수 있다.

Martin(1986)은 급식점의 성공적 운영을 위한 필수 요소로서의 서비스품질은 서비스 진행과정 및 종업원 능력의 효과적 결합에 의해 형성될 수 있다고 하였다. 서비스 진행과정은 서비스와 관련된 기술 체계를 의미하는 것으로 서비스의 흐름, 서비스의 적시성, 고객과 급식점간의 의사소통 및 고객에게로의 피드백 등의 요소가 포함되며, 종업원의 능력은 종업원의 태도, 목소리, 친절성 및 문제해결 능력 등의 요소로 구성된다고 하였다.

양일선(1995)은 대학 급식점 고객의 전반적인 만족도에 영향을 주는 서비스의 품질 속성을 ‘음식’, ‘가격’, ‘위생’ 순으로 분석하였다.

모든 서비스분야에서 PZB(1988)가 개발한 서비스품질의 유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 공감성의 5개 요인만을 그대로 적용하기에는 무리가 있다. 특정 서비스분야에 따라 서비스품질의 구성요인은 다소 달라질 수 있으며 또한 서비스업체가 속한 문화적 배경을 고려해야 할 것이다(장대성·신충섭·김민수, 2004). 이에 따라 외식분야에서 서비스품질의 구성요인은 다른 서비스분야와는 달리 음식에 관련된 내용이 포함되는데, 박유라(2001)는 레스토랑 서비스품질 구성요인 속에 메뉴의 다양성, 음식의 양, 음식의 질 등을 포함시켰으며, 유영진·이경희(2008)는 외식업체 전반에 서비스품을 적용하였는데, 음식의 질, 적절한 음식가격, 적당한 음식분량, 음식의 맛 등을 추가하였다.

본 연구에서의 서비스품질 측정은 PZB(1988)의 SERVQUAL 모형을 기초로 하였다. 그러나 이는 상호작용 품질에 초점을 두고 있으며 차원 상호간 다소 중첩되고 모호한 점이 있어 다섯 가지 차원이 중복되어 나타나거

나 잘 묶이지 않는 문제점이 발생한다는 한계를 보이고 있다(김상호, 2010). 급식서비스에 있어 가장 기본적이고 핵심서비스에 해당하는 것이 음식이다. 즉 다른 서비스 산업에 비해 음식의 중요성이 큰 급식과 같은 외식산업이 음식과 관련된 특징을 간과해서는 안 될 것이며(유정림·김영국, 2004) 외식관련 국외 선행 연구에서도 음식과 관련된 항목을 서비스품질의 중요차원으로 포함시키고 있기 때문이다(Soriano, 2003).

따라서 본 연구에서도 유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 공감성의 5개 요인 외에 음식품질 요인을 추가하여 서비스품질 측정항목에 포함하였다.

다. 서비스품질 선행연구

현경호·전재균·설훈구·허양희(2009)의 대형 독립레스토랑을 대상으로 서비스품질에 대해 연구한 결과, 레스토랑의 만족은 서비스품질만이 영향을 미치며 장기간의 관계유지에서 오는 관계혜택보다는 음식을 포함한 다양한 서비스를 제공받는 서비스품질만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김민정(2004)의 연구에서는 서비스품질은 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질의 6개 하위요인 중 고객만족에 영향을 미치는 것은 음식 품질이었다. 또한 서비스 가치의 매개 효과는 큰 것으로 확인되었으나 서비스품질은 서비스 가치에 유의미한 영향을 미쳤고, 서비스품질 6개 하위요인 중 음식의 품질, 공감성, 신뢰성 등이 서비스 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

박공덕(2000)의 연구에서는 급식산업의 고객만족에 있어서 서비스품질과는 높은 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났으며, 반응성, 신뢰성, 보증성, 유형성, 공감성 순으로 높았다. 특히 반응성 중에서도 고객이 느낀 불

만사항을 개선하였을 때 고객만족도가 높아지는 것으로 나타나 불편처리에 대한 전화를 개설한다든지, 반복적인 불편사항을 접수하여 개선하는 전략적 접근이 필요한 것으로 나타났다.

김형준(2002)의 외식산업의 서비스품질 중요도가 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구에서는 서비스품질 영향 요소에서 소비자들이 중요시하는 요소에는 깨끗한 화장실, 식당공간의 청결성, 매력적인 식당내부, 편안한 좌석 순으로 중요하게 인지하고 있었다.

김정미·권태일·노선희(2009)의 외식소비자의 서비스품질 평가가 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구에서는 외식업체의 전체만족도에 정(+)의 영향을 미치는 변수는 접근성으로 나타났으며, 재방문의도에 정(+)의 영향을 미치는 변수는 접근성, 확산성변수가 유의한 수준을 나타내고 있다고 하였다.

구희영(2004)의 연구에서는 외식업체 선택 시 가장 중요하게 생각하는 것으로 ‘맛’, 그 다음으로 ‘분위기’였지만 ‘건강식’, ‘서비스’, ‘가격’의 비율은 낮은 것으로 조사되었다. 또한 급식소에서의 불만족 요인으로 ‘메뉴’와 ‘음식의 맛’이라는 대답이 많았다.

박병국(2006)의 연구에서는 서비스품질은 모든 항목들이 기대도보다 인식도가 낮게 나타났고, 품질평가 속성요인 중 공감성, 반응성, 유형성의 요인만이 고객만족도와 유의한 관계성을 나타내었고, 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

정승훈·김민·이연정(2009)의 외식 프랜차이즈 가맹점의 서비스품질 동일성 유지가 고객만족 및 재방문에 미치는 영향의 연구에서는 프랜차이즈 레스토랑 운영자들은 고객유치와 고객만족을 높이기 위해서 가맹점에서도 본점과 같은 친절한 서비스 태도, 좋은 인상을 주는 유니폼, 신속한 서비스, 세심한 배려를 위한 서비스, 이벤트 로고가 새겨진 물품, 실내외 청결

성 유지 등의 동일화된 종업원 서비스가 유지되도록 철저한 가맹점 관리를 하여야 한다고 하였다.

2. 중요도-수행도 분석

IPA(Importance-Performance Analysis)는 Martilla와 James(1977)가 자동차판매서비스 사업의 실행도를 분석하기 위해 개발한 기법으로, 상품이나 서비스 속성의 중요도와 수행도를 비교분석하기 위해 개발된 경영전략 도구이다. IPA는 현재 서비스업, 여행 및 관광, 여가 및 레크리에이션, 교육, 의료서비스 마케팅 등 다양한 분야에서 활용되고 있으며(Oh, 2001), 관광분야에서도 관광목적지 이미지 평가(Lee & Lee, 2009), 우선순위 설정(한상일, 2009), 서비스 질 평가(Zhang & chow, 2004; 김계섭·조주은, 2005), 축제평가(이태희·김홍렬·윤설민, 2007), 호텔근무자 역량평가(김영미·김성섭·현재천, 2008), 메뉴 및 음식평가(안현영·조광익, 2006) 등에 활발하게 사용되고 있는 실정이다.

IPA의 장점으로는 평균값과 같은 간단한 수치로 분석이 가능하기 때문에 분석이 용이하다는 점을 들 수 있다(정철·서용석, 2010). 또한 소비자들의 중요도와 수행도의 비교를 통해 도출한 평가속성들을 2차원 도면상에 각각 배치함으로써 전략적 시사점을 시각적으로 쉽게 파악할 수 있다는 장점이 있다.

이러한 IPA결과를 토대로 매트릭스 상에 표시된 4분면의 영역에 따라 마케팅 실무자들은 기업의 자원을 효율적으로 활용할 수 있다(Zhang & chow, 2004).

급식에서 중요도-수행도 분석(IPA)방법은 급식운영의 강점과 약점을 쉽게 분석할 수 있는 효과적인 방법으로 경영자에게 급식운영의 특성에 대한 고객의 기대와 고객에게 인식된 급식의 실제 수행 수준을 격자도에 가시적으로 보여줄 수 있다(장윤정, 1995).

중요도-수행도 분석방법에서는 가로축과 세로축의 기준을 모든 특성의 수행 수준과 중요성의 평균값으로 하여 평면을 1, 2, 3, 4의 4사분면으로 분할한다. 1사분면은 중요도와 수행도가 모두 높은 부분으로 가장 바람직한 부분이라고 볼 수 있으며, 2사분면은 중요도는 높으나 수행도가 낮은 부분이다. 3사분면은 중요도와 수행도가 모두 낮은 부분이며 4사분면은 중요도는 높지 않으나 수행도가 높은 부분이다.

중요도-수행도 분석(IPA)방법은 마케팅 목적에 맞는 자원의 할당, 고객 유치와 고객 창출, 고객으로부터 고객 요구에 초점을 맞춘 급식운영 방법에 대한 종합적인 자료를 수집하게 하여 효과적인 마케팅 전략을 수립하고 개발하는데 기여한다(Green, 1993). IPA의 분석에서 소비자들의 주요 속성들에 대한 중요도와 수행도 평가는 평균값, 중앙값, 피어슨 상관계수, 스페어만 순위상관계수를 이용하여 계산할 수 있는데, 대부분의 연구에서 평균값이 가장 빈번하게 사용되고 있다.

IPA에서 사분면의 의미는 <그림 1>과 같이 표시된다. 제 1사분면은 속성에 대한 중요도와 수행도가 모두 높은 영역으로 기업에서는 현재 높은 성과를 지속시킬 필요가 있음을 시사한다. 제 2사분면은 중요도는 높으나 수행도가 낮은 속성들이 배치된 영역으로 기업에서 개선해야 할 사항들을 제시해 준다. 제 3사분면은 중요도와 수행도가 모두 낮은 영역이다. 수행도가 낮지만 이용자들의 중요도 또한 낮은 영역이기 때문에 경영자들은 과잉 집중할 필요가 없는 영역으로 제한된 자원을 배분할 경우 상대적으로 우선 순위가 낮은 영역에 속한다. 마지막으로 제 4분면은 중요도는 낮으나 수행

도는 상대적으로 높은 속성들로 구성된 영역으로 경영자들은 현재 고객들이 만족하는 속성들에 대해 불필요하게 과도한 노력을 투입하고 있는 것은 아닌지 고려해 보아야 한다.

<그림 1> IPA 매트릭스

제2사분면 집중 (Concentrate Here) -높은 중요도, 낮은 수행도	제1사분면 유지 (Keep Up the Good Work) -높은 중요도, 높은 수행도
제3사분면 낮은 우선순위 (Low Priority) -낮은 중요도, 낮은 수행도	제4사분면 과잉노력 지양 (Possible Overkill) -낮은 중요도, 높은 수행도

출처: Oh(2001), Zhang & Chow(2004)

이처럼 IPA는 소비자들이 중요하게 생각하는 제품이나 서비스에 대한 속성들을 매트릭스에 도식적으로 제시함으로써 기업의 전략적인 의사결정이나 자원배분 등을 가능하게 해준다. 기업의 실무자들은 IPA를 활용함으로써 저비용과 비교적 쉬운 분석방법을 통하여 기업의 마케팅 믹스전략에 있어 유용한 시사점을 제공받을 수 있다(고미영 · 양필수 · 고계성, 2011).

IPA분석은 다양하고 복잡한 성격을 가진 항목을 평가할 수 있을 뿐만 아니라 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해낼 수 있기 때문에 정해진 인

력과 예산으로 우선적으로 해결해야 될 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공한다(공기열, 2006). 이러한 이유 때문에 많은 학자들이 IPA분석을 활용하고 연구하였다.

권동국(2011)은 IPA방법을 이용한 외식사업체 서비스품질 향상 방안에 관한 연구를 통해 얻은 결론은 3사분면(점진적 개선)에 속하는 외식 서비스품질 요소들은 음식메뉴의 독창성 및 전문성, 고객요구 대응, 주방의 공개 정도, 실내분위기와 안락함, 조명/색상/의자/테이블, 내부 공간의 여유로움, 면적과 규모, 좌석 배치 및 동선의 적절함, 대기실의 확보 여부, 장애인을 위한 시설 보유, 유아를 위한 시설 보유, 건물 외관의 매력도 등으로 조사되었다.

박정화(2010)의 IPA를 활용한 소규모 식당 서비스 선택속성에 대한 연구에서는 식당선택 속성요인 IPA분석 결과 고객은 음식, 청결성, 공감성 요인을 중요하게 여기고 있고 소규모 식당 서비스 속성의 중요도와 만족도에는 유의적인 차이가 있음을 알 수 있었다. 분위기, 종사원 외모, 건물의 외관을 제외하고는 모두 통계적으로 유의한 결과를 나타내고 있으며 선택속성 요인 중 중요도와 만족도는 음식속성이 가장 높게 나타났다.

박경연·백주아·서원석(2010)의 IPA를 이용한 호텔 종사원의 교육프로그램 만족도 평가에서는 고객만족을 위해서는 직원들의 내부만족이 선행되어야 하며, 고객 서비스 과정을 성공적으로 이끌기 위해서는 이와 같은 직원들의 욕구를 충분히 파악하여 적절한 교육 프로그램을 디자인해야하며, 이에 대한 경영진과 교육 담당자들의 지원이 필요하다고 하였다.

이 외에도 IPA를 활용한 연구를 보면, IPA를 적용한 국제회의 목적지로서의 한국의 이미지에 대한 연구(전재균·오홍철, 1999), 중요도-성취도 분석(IPA)을 이용한 관광지 매력성 평가(김성우, 2008), IPA기법을 이용한 생태관광 매력성 평가에 관한 연구(박경호, 2009), 항공사 기내식 서비스 속

성의 중요도와 만족도에 관한 비교연구(박승식, 2008) 등이 있다.

따라서 본 논문에서는 이와 같은 IPA 선행연구들을 기반으로 단체급식 서비스 품질의 속성 평가를 위한 과제도출을 위해 중요도와 수행도 분석을 활용하여 그 유용성을 높이고 해당 프레임워크를 이용하여 급식 관리자들이 평가한 중요도와 수행도에 대한 값으로 서비스품질 속성을 평가하고자 한다.



Ⅲ. 연구 방법

1. 설문지의 개발과 구성

본 연구에서는 기존의 외식산업과 단체급식에 관련된 선행연구를 바탕으로 일차적으로 서비스품질 구성요인 항목을 광범위하게 수집하였다. 이를 PZB의 서비스품질 구성 5개 요인과 음식품질 요인 등 총 6개 요인으로 분류한 후 서비스품질 속성 항목들을 정리하여 유사한 내용을 통폐합하고 애매한 표현을 제외하여 외식경영학과 및 식품영양학과 교수님 그리고 전문 위탁급식업체 선임영양사 등의 검증을 거쳐 수정, 보완하여 최종적으로 25개 항목을 추출하여 설문지를 개발하였다.

본 연구에 사용된 설문지는 크게 6개 영역으로 구성하였으며, 중요도 항목에 대해 5점 척도를 이용하여 1점 전혀 중요하지 않다, 2점 대체로 중요하지 않다, 3점 보통이다, 4점 대체로 중요하다, 5점 매우 중요하다고 표기하도록 하였고, 수행도 항목에 대해서는 1점 매우 못하고 있다, 2점 대체로 못하고 있다, 3점 보통이다, 4점 대체로 잘하고 있다, 5점 매우 잘 하고 있다 로 표기하도록 하였다.

급식업무에 대한 중요도 및 수행도에 관한 설문지 내용은 대형식당 이용 고객의 평가와 관련한 문헌(현경호 · 전재균, 2008), 기업체 종사원의 급식 서비스품질 요인에 관한 연구(김석준 · 조용범, 2007), 서비스품질에 대한 내부고객(종업원)의 만족이 외부고객에게 미치는 영향 연구(이선민, 1999), 쇼핑관광 활성화방안 연구(오송대 · 전재균, 2008) 등의 선행연구를 참고하여 작성하였다.

<표 2> 설문지 구성

고객사에 대한 설문지 구성	위탁급식회사에 대한 설문지 구성
I. 서비스품질 항목(중요도) 반응성/ 신뢰성/ 공감성/ 유형성 보증성/ 음식품질 II. 서비스품질 항목(수행도) 반응성/ 신뢰성/ 공감성/ 유형성 보증성/ 음식품질 III. 일반적 특성 응답자의 특성 식당운영형태	I. 서비스품질 항목(중요도) 반응성/ 신뢰성/ 공감성/ 유형성 보증성/ 음식품질 II. 서비스품질 항목(수행도) 반응성/ 신뢰성/ 공감성/ 유형성 보증성/ 음식품질 III. 일반적 특성 응답자의 특성 식당운영형태

<표 2>에서 보는 바와 같이 설문대상을 크게 고객사와 위탁급식회사의 두 부류로 나누고 고객사에 대한 설문지 구성은 I. 서비스품질 항목(중요도)와 II. 서비스품질 항목(수행도), III. 일반적인 특성으로 구성하였으며 위탁급식회사에 대한 설문지 구성은 I. 서비스품질 항목(중요도)와 II. 서비스품질 항목(수행도), III. 일반적인 특성으로 구성하였다.

<그림 2> 서비스품질 요인별 속성 문항

반 응 성	고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	유 형 성	식당은 대체적으로 쾌적한 편이다
	식사의 불만을 신속하게 처리해준다		식당이 전반적으로 청결하다
	식당종사자가 신속하게 서비스를 제공한다		식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편이다
	식당종사자들은 항상 밝고 친절하다		식당종사자들의 용모와 복장상태가 양호하다
신 뢰 성	식사가격이 적당하다	보 증 성	급식업체는 전문성을 가지고 있다
	정해진 시간에 배식을 한다		급식업체는 ‘직원들의 영양관리’라는 사명감에 충실하다
	게시된 메뉴대로 음식을 제공한다		메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 판촉 활동에 적극적이다
	음식 품질이 없는 편이다		위생/안전관리에 철저하다
공 감 성	급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	음 식 품 질	음식 맛이 좋다
	고객 한 사람 한 사람에게 정성을 다 한다		계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다
	고객의 소리에 늘 귀 기울인다		선풍메뉴가 자주 나온다
	식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다		좋은 식재료를 사용한다
			다양한 후식이 제공된다

단체급식과 관련된 선행연구를 바탕으로 서비스품질 구성요인 항목을 광범위하게 수집한 후, 이를 PZB의 서비스품질 구성 5개 요인과 음식품질 요인 등 총 6개 요인으로 분류하였다. 서비스품질 속성 항목들을 정리하여 유사한 내용을 통폐합하고 애매한 표현을 제외하여 최종적으로 <그림 2>에서 보는 바와 같이 25개 항목을 추출하여 설문지를 확정하였다.

2. 조사 및 분석 방법

조사대상은 식당을 보유하고 있는 기업체·기관의 급식관련 부서장과 담당자 그리고 전문위탁급식업체 소속의 점장·영양사의 두 그룹으로 하였다. 2011년 10월 27일 부터 11월 12일 까지 부산·울산·경남 지역에서 총 62개의 기업체·기관을 위탁운영하고 있는 위탁급식전문 S社의 급식소(사업장) 중, 규모가 작거나 조사가 어려운 곳 그리고 업종별 배분 등을 고려하여 50개 사를 선정하였고 한 곳당 4부 씩 설문지 총 200부를 우편으로 배포하였다. 한 급식소에 점장·영양사 혹은 고객사 식당관련 부서장·담당자가 각각 2명이 넘게 근무할 경우 두 집단의 책임자 각각 2명까지만 작성하도록 하여 전체 응답회사의 평균을 훼손하지 않도록 하였다.

설문의 작성요령과 연구의 목적 등을 안내장에 포함하여 우편으로 배포하였으며, 설문지의 보안과 신뢰성 확보를 위하여 위탁급식회사의 사업장 담당 SM(Sector Manager: 과·차장급) 5명과 미팅을 통하여 설문지 작성요령과 객관적이고 정확한 설문지 응답을 하도록 점장·영양사에게 독려를 부탁하였다. 총 200부 중 125부(회수율: 63%)를 회수하였으나 불성실한 설문지 21부를 제외하여 총 104부를 유효 표본으로 분석에 사용하였다.

조사방법은 미리 작성된 설문지에 표시된 지시어를 바탕으로 조사대상자가 스스로 기입하도록 하는 자기 기입법(self-administered questionnaire survey method)을 사용하였다.

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistic Package for the Social Science) WIN 12.0 프로그램을 이용하였으며, 수집한 자료의 처리를 위하여 빈도분석, 신뢰도 분석, IPA를 실시하였다.

IV. 분석 결과

1. 표본의 특성

<표 3> 표본의 일반 특성

구 분		빈도(%)	구 분		빈도(%)
성 별	남	48(46.2)	일 일 식 수 (식)	100-300	12(11.5)
	여	56(53.8)		300-500	24(23.1)
연 령	20대	45(43.3)		500-1,000	18(17.3)
	30대	43(41.3)		1,000-2,000	17(16.3)
	40대	13(12.5)		2,000 이상	33(31.7)
	50대 이상	3(2.9)	식 단 가 (원)	2,000 미만	3(2.9)
소 속	고객사	52(50)		~2,500	26(25.0)
	위탁급식회사	52(50)		~3,000	34(32.7)
직 급	사원급	47(45.2)		~4,000	26(25.0)
	주임급	19(18.3)		~5,000	12(11.5)
	대리급	19(18.3)	하 루 제 공 끼 니 수	기타	3(2.9)
	과장급	11(10.6)		한 끼	4(3.8)
	과장급 이상	8(7.7)		두 끼	19(18.3)
근 무 처	제조업체	51(49)		세 끼	43(41.3)
	오피스&관공서	10(9.6)	메 뉴 형 태	네 끼 이상	37(35.6)
	유통회사	18(17.3)		단일메뉴	29(27.9)
	병원	14(13.5)		복수메뉴	41(39.4)
	학교	5(4.8)		카페테리아	1(1.0)
	기타	6(5.8)		부분복수메뉴	33(31.7)

표본의 인구통계학적 특성을 분석한 결과는 <표 3>에 제시되어 있다. 분석결과를 살펴보면, 성별은 남성(46.2%)과 여성(53.8%)이 비교적 고르게 분포되어 있으며, 연령의 경우 20대가 43.3%로 가장 많으며, 30대(41.3%)와 40대(12.5%)의 순이었다. 이는 영양사의 연령이 비교적 20대에 많이 분포되어 있는 것을 나타낸 것으로 보인다. 소속은 고객사와 위탁급식회사가 반반이었으며, 직급은 사원급이 45.2%로 가장 많고 주임과 대리급이 각각 18.3%, 과장급이 10.6%, 과장급 이상이 7.7%로 골고루 분포되어 있다.

설문대상 회사는 제조업체(49%), 유통회사(17.3%), 병원(13.5%), 오피스 & 관공서(9.6%)의 순이었으며, 일일제공 식수는 2,000식 이상이 31.7%로 제일 많았고 이어서 300식~500식(23.1%), 500~1,000식(17.3%), 1,000식~2,000식(16.3%), 100식~300식(11.5%) 순으로 나타났다. 끼니 당 식단가는 2,500원~3,000원이 32.7%, 2,000원~2,500원과 3,000원~4,000원이 각각 25.0%, 5,000원 이상이 11.5%, 2,000원 미만이 2.9%이었다.

2. 측정도구의 신뢰성 검증

본 연구에 사용된 측정도구의 신뢰성을 검증하기 위해 25개 급식 서비스 품질 속성 항목에 대한 신뢰성 분석을 실시한 결과가 <표 4>에 요약되어 있다. 신뢰성 분석결과를 살펴보면, 급식 서비스품질 속성 중요도 문항에 대한 크로바하 알파값은 .928이며, 항목-전체 상관관계도 대체로 .4 이상으로 나타나 사용된 척도가 신뢰성이 있는 것으로 나타났다.

급식 서비스품질 속성 수행도 문항에 대한 크로바하 알파값도 .935로 높게 나타났으며, 항목-전체 상관관계도 5번 항목 '식사가격이 적당하다'를 제외하고 모두 .4 이상으로 나타나 척도의 신뢰성이 있음이 확인되었다.

<표 4> 서비스품질 속성 측정항목의 신뢰성 분석

	측정항목	중요도		수행도	
		항목 - 전체 상관 관계	항목 제거 시 알파 값	항목 - 전체 상관 관계	항목 제거 시 알파 값
1	고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	.503	.926	.629	.931
2	식사의 불만을 신속하게 처리해준다	.503	.926	.633	.932
3	식당종사자가 신속하게 서비스를 제공함	.561	.925	.611	.932
4	식당종사자들은 항상 밝고 친절하다	.524	.926	.572	.932
5	식사가격이 적당하다	.383	.929	.341	.937
6	정해진 시간에 배식을 한다	.393	.928	.536	.933
7	게시된 메뉴대로 음식을 제공한다	.396	.928	.451	.934
8	음식 품질이 없는 편이다	.487	.926	.508	.933
9	급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	.553	.925	.638	.931
10	고객 한사람 한사람에게 정성을 다한다	.645	.924	.675	.931
11	고객의 소리에 늘 귀 기울인다	.703	.923	.711	.930
12	식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다	.578	.925	.641	.931
13	식당은 대체로 쾌적한 편이다	.682	.924	.684	.931
14	식당이 전반적으로 청결하다	.590	.925	.624	.932
15	식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편임	.617	.925	.586	.932
16	식당종사자들이 용모와 복장상태가 양호	.654	.924	.583	.932
17	급식업체는 전문성을 가지고 있다	.534	.926	.690	.930
18	급식업체는 '직원의 영양관리'라는 사명감에 충실하다	.627	.924	.609	.932
19	메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 판촉활동에 적극적이다	.577	.925	.520	.933
20	위생/안전관리에 철저하다	.569	.925	.580	.932
21	음식 맛이 좋다	.503	.926	.553	.932
22	계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다	.725	.922	.567	.932
23	선호메뉴가 자주 나온다	.583	.925	.574	.932
24	좋은 식재료를 사용한다	.620	.924	.666	.931
25	다양한 후식이 제공된다	.637	.924	.556	.933
Cronbach 알파값		.928		.935	

3. 서비스품질 속성의 중요도-수행도 분석(IPA)

가. 전체(표본전체)

고객사와 위탁급식회사를 합한 표본전체의 서비스품질의 중요도와 수행도에 대한 평균값 순위가 <표 5>에 제시되어 있다. 우선 급식 서비스품질에서 중요하게 고려되는 속성으로는 고객사와 위탁급식회사 모두 위생/안전관리 철저(4.58), 식당종사자의 친절(4.51), 식사불만 신속처리(4.48), 고객요구사항 즉각 대응(4.44), 신속한 서비스 제공(4.40) 순으로 꼽고 있다.

이는 단체급식의 특성 상 제한된 시간 내에 식사를 마쳐야하기 때문에 신속한 서비스와 즉각적인 고객 대응을 두 집단 모두 중요한 서비스품질 속성으로 인식을 같이 하고 있었다. 특히 위생/안전관리를 소홀히 하여 발생하는 식중독 사고 및 안전사고는 고객사의 식당 담당자나 위탁급식회사의 관리자들에게는 치명적인 사안이기 때문에 위생/안전에 대한 중요도를 고객사와 위탁급식업체 모두 가장 중요한 속성으로 인식하고 있었다.

이러한 결과는 급식의 양쪽 관리자 모두 서비스품질 요인 중, 본질적인 음식품질의 문제에 앞서 특히 반응성과 보증성의 요인들을 중요하게 여기고 있는 것으로 밝혀졌다.

한편, 현재 운영하고 있는 위탁급식회사의 서비스품질의 수행도 평가에서는 위생/안전관리 철저(4.39), 정시 배식(4.28), 게시된 메뉴음식 제공(4.23), 식당종사자 용모·복장 양호(4.24), 식사불만 신속처리(4.13) 순으로 잘 수행하고 있다고 평가되었다. 특히 위생/안전관리 부문은 위탁급식회사의 현 수준을 높게 평가한 것으로 급식회사 본·지사차원의 현장 지원과 점검, 식당종사자들에게 위생/안전관리의 중요성에 대한 지속적인 교육 등 단체급식업무의 기본에 충실한 것이 반영되었다고 볼 수 있다.

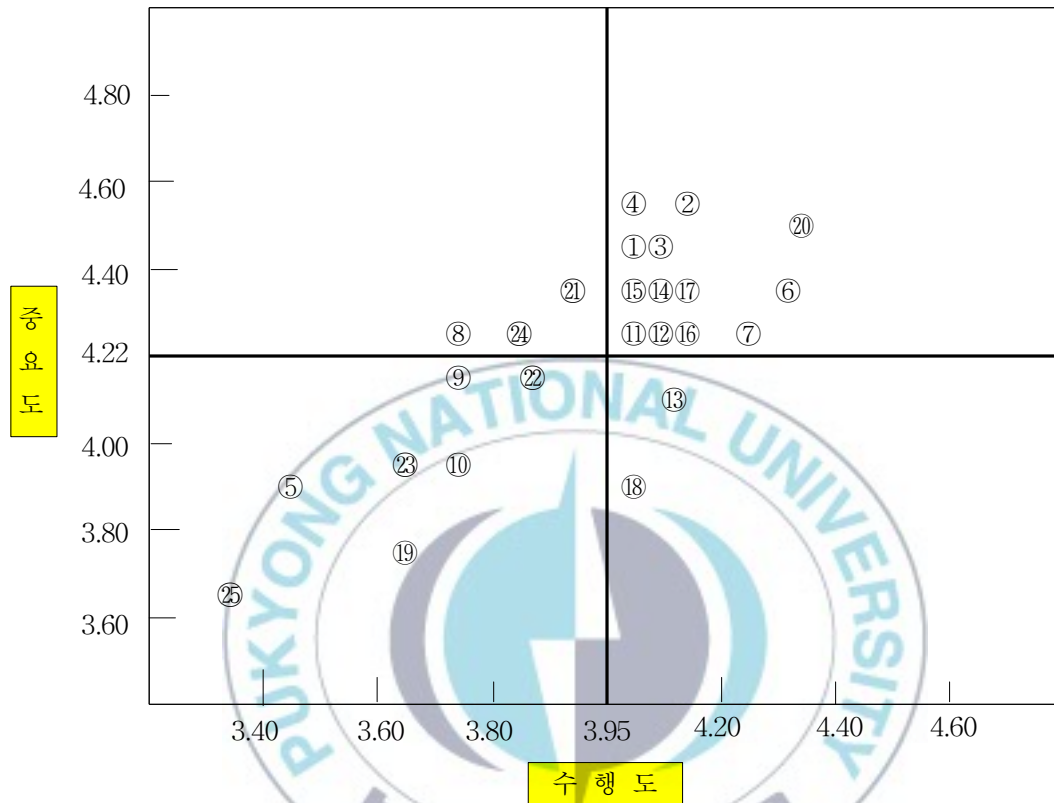
**<표 5> 서비스품질 속성의 중요도-수행도에 대한 기술분석 및
차이분석: 표본전체**

	속 성	중요도		수행도		대 응 차	t	p
		평 균	순 위	평 균	순 위			
1	고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	4.44	4	4.04	11	.39	5.408	.000
2	식사의 불만을 신속하게 처리해준다	4.48	3	4.13	5	.35	4.300	.000
3	식당종사자가 신속하게 서비스를 제공한다	4.40	5	4.06	10	.34	3.966	.000
4	식당종사자들은 항상 밝고 친절하다	4.51	2	4.01	12	.50	6.185	.000
5	식사가격이 적당하다	3.88	23	3.43	24	.45	3.928	.000
6	정해진 시간에 배식을 한다	4.30	11	4.28	2	.01	.225	.822
7	게시된 메뉴대로 음식을 제공한다	4.23	16	4.22	3	.01	.125	.900
8	음식 품질이 없는 편이다	4.26	13	3.79	19	.47	5.759	.000
9	급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	4.17	18	3.77	21	.39	4.816	.000
10	고객 한사람 한사람에게 정성을 다한다	3.99	20	3.78	20	.21	2.370	.020
11	고객의 소리에 늘 귀 기울인다	4.28	12	4.00	14	.27	3.582	.001
12	식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다	4.25	14	4.11	7	.14	1.749	.083
13	식당은 대체로 쾌적한 편이다	4.20	17	4.11	7	.09	1.234	.220
14	식당이 전반적으로 청결하다	4.37	7	4.10	9	.27	3.472	.001
15	식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편이다	4.38	6	4.01	12	.36	4.393	.000
16	식당종사자들이 용모와 복장상태가 양호하다	4.24	15	4.18	4	.05	.865	.389
17	급식업체는 전문성을 가지고 있다	4.32	9	4.12	6	.20	2.993	.003
18	급식업체는 ‘직원의 영양관리’라는 사명감에 충실하다	3.99	20	3.83	18	.16	1.991	.049
19	메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 판촉활동에 적극적이다	3.80	24	3.66	23	.13	1.484	.141
20	위생/안전관리에 철저하다	4.58	1	4.39	1	.18	2.493	.014
21	음식 맛이 좋다	4.33	8	3.91	15	.41	5.382	.000
22	계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다	4.14	19	3.87	16	.26	2.865	.005
23	선호메뉴가 자주 나온다	3.99	20	3.68	22	.30	4.106	.000
24	좋은 식재료를 사용한다	4.31	10	3.87	16	.44	5.650	.000
25	다양한 후식이 제공된다	3.68	25	3.36	25	.32	2.935	.004
전체 평균		4.22		3.95				

또한 다양하고 지속적인 서비스교육을 통한 식당종사원의 태도나 서비스의 수행도가 상당히 높은 것으로 나타났다. 이를 통해 급식을 책임지고 있는 고객사의 관리자나 현장의 급식소 운영 관리자들이 바라보는 위탁급식 회사의 업무 수행도에 대한 종합적인 평가는 서비스품질 요인 중 반응성과 보증성 그리고 정시 배식과 같은 신뢰성 요인에 긍정적인 평가를 내리고 있다. 그럼에도 불구하고 이러한 조사결과를 토대로 보면 중요하게 여기고 있는 속성인 고객 요구사항 즉각 대응과 식당 종사원의 친절, 신속한 서비스 제공과 같은 서비스품질 속성들에 대한 수행도를 보다 더 제고할 방안이 필요하다는데 고객사와 위탁급식회사가 인식을 같이하고 있다.

급식 서비스품질의 중요도-수행도 간의 차이를 파악하기 위해 각 항목들에 대해 대응일치 t-test를 실시하였다. 25개 문항 중 정시 배식(.822), 게시된 메뉴음식 제공(.900), 식당의 쾌적함(.220), 식당의 이벤트 활동(.141) 등 6개가 유의하지 않은 것으로 분석되었으며, 나머지 19개 항목들에 대해서는 각각 유의수준 1%, 5%에서 유의한 것으로 분석되었다. 급식 서비스품질의 중요도-수행도 간의 차이는 <표 5>에서 제시된 바와 같이 대응차가 전부 양의 값을 보이고 있어 대체로 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 특히 속성들 중 식당종사자들의 친절(.50), 음식 품질(.47), 식사가격 적당(.45), 좋은 식재료 사용(.44), 음식 맛(.41)에서 가장 큰 차이를 보이고 있어 급식소 이용 시 이들 속성에 대해 불만족이 큰 것으로 파악되었다. 이들 속성가운데 식당종사자의 친절은 중요도가 높은 속성이기 때문에 시급하게 개선이 이루어져야 할 부분이라고 할 수 있다. 또한 음식 품질, 식사가격 적당, 좋은 식재료 사용, 음식 맛의 경우, 중요도에서는 낮게 나타났으나 불만족하는 요소로 제시되어 전반적인 만족도를 제고하기 위해서는 이들 속성 역시 소홀히 할 수 없는 사항임을 알 수 있다.

<그림 3> IPA 매트릭스: 표본전체



고객사와 위탁급식회사의 조사를 합한 25개의 급식 서비스품질 속성들의 중요도-수행도를 분석한 IPA매트릭스가 <그림 3>에 제시되어 있다.

X축과 Y축의 중심값으로 중요도 평균값(4.22)과 수행도 평균값(3.95)을 이용하였다. 중요도-수행도 분석에 있어 X축과 Y축의 중심점은 4사분면에 서 평가요소가 어떤 영역에 속하느냐를 결정하는 것으로 평균값, 중앙값, 피어슨 상관계수, 스페어만 순위상관계수 등을 이용하여 값을 도출할 수 있다. 본 연구에서는 관광분야 연구에서 많이 사용하는 평균값을 적용하여 IPA분석을 실행하였다(정철·서용석, 2010).

<표 6> 서비스품질 속성 IPA 분석결과: 표본전체

구분	서비스품질 속성
제1 사분면 유지	1.고객요구 즉각 대응 2.식사불만 신속처리 3.식당종사자 신속서비스 4.식당종사자 친절 6.정시 배식 7.게시된 메뉴음식 제공 11.고객 소리 경청 12.점장(영양사)홀 대기 14.식당 청결 15.식기, 기물 청결 16.식당종사자 용모·복장 양호 17.급식업체 전문성 20.위생/안전관리 철저
제2 사분면 집중	8.음식 품질 21.음식 맛 24.좋은 식재료 사용
제3 사분면 낮은 우선순위	5.식사가격 적당 9.고객 기호파악 10.개별고객에게 정성 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 22.다양한 계절메뉴제공 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공
제4분면 과잉노력 지양	13.식당의 쾌적함 18.급식업체의 사명

<그림 3>의 IPA 매트릭스와 <표 6> 표본전체의 IPA분석결과를 살펴보면, 우선 1사분면에 위치한 속성들은 1.고객요구 즉각 대응 2.식사불만 신속처리 3.식당종사자 신속서비스 4.식당종사자 친절 6.정시 배식 7.게시된 메뉴음식 제공 11.고객소리 경청 12.점장(영양사)홀 대기 14.식당 청결 15.

식기, 기물 청결 16.식당종사자 용모·복장 양호 17.급식업체 전문성 20.위생/안전관리 철저의 속성들이다. 이러한 속성들은 중요도와 수행도가 모두 높은 속성들이므로 식당 운영 시 이러한 속성들에 대해서는 높은 수행도를 유지할 수 있도록 지속적으로 관리가 필요하다.

2사분면에 포함된 속성들로 8.음식 품질 21.음식 맛 24.좋은 식재료 사용이 있는데 이는 고객사와 위탁급식회사가 공통으로 중요도를 높게 인식하면서 수행도가 낮게 나온 불만족스러운 부분으로 고객사와 위탁급식회사가 같이 이 부분을 집중하여 개선하도록 노력해야 하겠다.

3사분면에 포함된 속성들로 5.식사가격 적당 9.고객기호 파악 10.개별고객에게 정성 18.급식업체의 사명감 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 22.다양한 계절메뉴 제공 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공이 있다. 이러한 속성들은 고객사와 위탁급식회사 모두 중요하게 고려하지도 않고 수행도도 만족스럽지 않은 속성들로써 급식 당사자들이 과도하게 집중할 필요가 없는 항목들이다. 따라서 식당운영에서 제한된 자원을 활용할 경우 우선순위가 낮은 항목이기는 하지만 식당을 이용하는 고객의 입장에서 볼 때, 이러한 속성들을 중요시 여기지는 않지만 자칫 관리를 소홀히 하였을 경우 불만족을 초래할 수도 있는 속성들이기 때문에 전혀 무시할 수 없는 속성이기도 하다.

마지막으로 4사분면에는 13.식당의 쾌적함 18.급식업체의 사명감인데 이는 중요도는 낮지만 수행도가 높은 속성들로 두 집단의 급식 관리자들은 이와 같은 항목들에 대해 기업의 자원이나 노력이 과도하게 투입되고 있지는 않는지 고려해 볼 필요가 있다.

나. 고객사(위탁사: Trust Company)

고객사 관리자의 급식 서비스품질의 중요도와 수행도에 대한 평균값 순위가 <표 7>에 제시되어 있다. 우선 급식 서비스품질에서 중요하게 고려하는 속성으로는 위생/안전관리철저(4.48), 고객요구사항 즉각 대응(4.43), 식사불만 신속처리(4.46), 식당 종사자의 친절(4.42), 신속한 서비스 제공(4.33) 순으로 나타났다.

이는 고객사 급식관련 부서장 및 담당자와 식당을 이용하는 동료직원들과의 사이에 근본적인 인식의 차이가 있음을 보여주고 있는데 식당 담당자들은 급식의 본질적인 중요 요인인 음식의 품질보다는 고객에 대한 반응성을 더 중요하게 여기고 있는 것으로 나타났다. 이는 고객사의 식당 담당자들이 위탁급식회사에 대해 쉽게 개선을 요구할 수 있는 속성들이며 표면적으로 가시적인 성과가 바로 나타나는 속성으로 볼 수도 있기 때문이다.

특히 위생/안전관리 부분은 앞서 보았던 표본전체 분석과 마찬가지로 가장 중요하게 여기는 항목으로 나타났는데 이 역시 문제가 발생했을 때 고객사 담당자들에게 큰 부담이 될 수 있는 사안이기 때문이기도 하다.

한편, 현재 운영하고 있는 위탁급식회사의 서비스품질의 수행도 평가에서는 제시된 메뉴음식 제공(4.17), 위생/안전관리 철저(4.17)가 가장 높은 수행도 점수를 받았으며, 정시 배식(4.15), 식당종사자 용모·복장 양호(4.10), 급식업체의 전문성(4.08) 순으로 평가되었다.

이를 토대로 고객사에서 중요시 여기는 속성인 식사불만의 신속처리, 고객요구사항 즉각 대응, 식당 종사자들의 친절함, 신속한 서비스 제공과 같은 서비스 속성들에 대해 위탁급식회사에서는 수행도를 더 높이기 위한 다양한 방안과 노력이 필요하다고 하겠다.

급식 서비스품질의 중요도-수행도 간의 차이를 파악하기 위해 각 항목

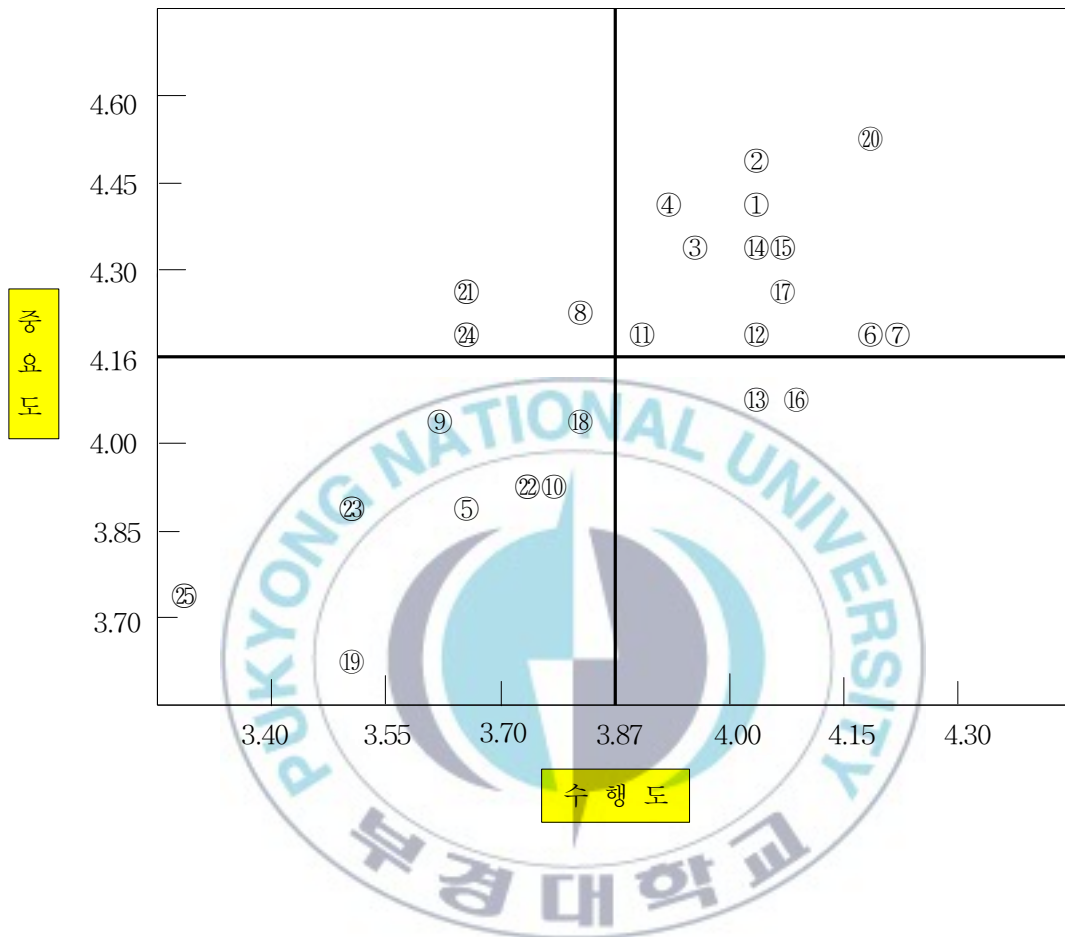
들에 대해 대응일치 t-test를 실시한 결과, 25개 문항 중 정시 배식(.755),
게시된 메뉴음식 제공(.868), 식당의 쾌적함(.429), 식당종사자 용모·복장
양호(1.00), 급식업체의 사명감(.231), 식당의 이벤트 활동(.332) 등 9개 문항
이 유의하지 않은 것으로 분석되었고, 나머지 16개 항목들에 대해서는 각
각 유의수준 1%, 5%에서 유의한 것으로 분석되었다.

급식 서비스품질의 중요도-수행도 간의 차이는 <표 7>에서 제시된 바와
같이 대응차가 전부 양의 값을 보이고 있어 대체로 불만족하고 있는 것으
로 나타났다. 특히 속성들 중 음식 맛(.59), 좋은 식재료 사용(.59), 식당종
사자들의 친절(.50), 다양한 후식(.46), 고객의 기호파악(.43), 음식 품질(.41)
에서 가장 큰 차이를 보이고 있어 고객사의 식당 담당자들은 이들 속성에
대해 불만족하는 것으로 파악되었다. 특히 이들 속성가운데 식당종사자의
친절은 고객사에서 가장 중요시 여기는 속성 중의 하나이기 때문에 시급하
게 개선이 이루어져야 할 부분이라고 할 수 있다. 또한 음식 맛, 좋은 식재
료 사용, 다양한 후식, 고객의 기호파악, 음식 품질의 경우, 중요도에서는
낮게 나타났으나 고객사에서 불만족하는 요소로 제시되어 전반적인 만족도
를 제고하기 위해서는 위탁급식회사에서 이 속성들을 소홀히 다루지 말고
지속적으로 개선해 나가야 할 사항임을 알 수 있다.

**<표 7> 서비스품질 속성의 중요도-수행도에 대한 기술분석 및
차이분석: 고객사**

	속 성	중요도		수행도		대 응 차	t	p
		평 균	순 위	평 균	순 위			
1	고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	4.43	3	4.02	7	.40	3.624	.001
2	식사의 불만을 신속하게 처리해준다	4.46	2	4.04	6	.42	3.335	.002
3	식당종사자가 신속하게 서비스를 제공한다	4.33	5	4.00	10	.32	2.681	.010
4	식당종사자들은 항상 밝고 친절하다	4.42	4	3.92	13	.50	4.352	.000
5	식사가격이 적당하다	3.88	22	3.63	21	.25	1.694	.096
6	정해진 시간에 배식을 한다	4.19	13	4.15	3	.03	.313	.755
7	게시된 메뉴대로 음식을 제공한다	4.19	13	4.17	1	.01	.167	.868
8	음식 품질이 없는 편이다	4.22	11	3.80	16	.41	3.122	.003
9	급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	4.06	18	3.63	22	.43	3.510	.001
10	고객 한사람 한사람에게 정성을 다한다	3.96	21	3.75	17	.21	1.447	.154
11	고객의 소리에 늘 귀 기울인다	4.21	12	3.92	13	.28	2.599	.012
12	식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다	4.16	15	4.00	10	.15	1.344	.185
13	식당은 대체로 쾌적한 편이다	4.12	16	4.02	7	.09	.798	.429
14	식당이 전반적으로 청결하다	4.33	5	4.00	10	.32	3.002	.004
15	식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편이다	4.33	5	4.02	7	.30	2.675	.010
16	식당종사자들이 용모와 복장상태가 양호하다	4.10	17	4.10	4	.00	.000	1.00
17	급식업체는 전문성을 가지고 있다	4.25	10	4.08	5	.17	1.767	.083
18	급식업체는 '직원의 영양관리'라는 사명감에 충실하다	4.02	19	3.87	15	.15	1.211	.231
19	메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 관측활동에 적극적이다	3.65	25	3.52	23	.13	.980	.332
20	위생/안전관리에 철저하다	4.48	1	4.17	1	.30	2.842	.006
21	음식 맛이 좋다	4.29	8	3.69	19	.59	5.225	.000
22	계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다	3.98	20	3.71	18	.26	1.956	.056
23	선호메뉴가 자주 나온다	3.88	22	3.52	23	.36	3.050	.004
24	좋은 식재료를 사용한다	4.27	9	3.67	20	.59	5.080	.000
25	다양한 후식이 제공된다	3.73	24	3.27	25	.46	2.675	.010
전체 평균		4.16		3.87				

<그림 4> IPA 매트릭스: 고객사



<그림 4>의 IPA 매트릭스와 <표 8>의 고객사 IPA분석결과를 살펴보면, 우선 1사분면에 위치한 속성들은 1.고객요구사항 즉각 대응 2.식사불만 신속처리 3.식당종사자 신속 서비스 4.식당종사자 친절 6.정식 배식 7.게시된 메뉴음식 제공 11.고객의 소리 경청 12.점장(영양사) 홀 대기 14.식당 청결 15.식기, 기물 청결 17.급식업체의 전문성 20.위생/안전관리 철저의 항목들로 나타났다. 이러한 속성들은 고객사에서 여기는 중요도와 수행도가 모두 높은 속성들이므로 급식운영자는 이러한 속성들에 대해서 지속적으로 수행도를 높일 수 있도록 관심을 가지고 유지 방안을 마련해야 할 것이다.

<표 8> 서비스품질 IPA 분석결과: 고객사

구분	서비스품질 속성
제1 사분면 유지	1.고객요구사항 즉각 대응 2.식사불만 신속처리 3.식당종사자 신속 서비스 4.식당종사자 친절 6.정식 배식 7.게시된 메뉴음식 제공 11.고객의 소리 경청 12.점장(영양사)홀 대기 14.식당 청결 15.식기, 기물 청결 17.급식업체의 전문성 20.위생/안전관리 철저
제2 사분면 집중	8.음식 품질 21.음식 맛 24.좋은 식재료 사용
제3 사분면 낮은 우선순위	5.식사가격 적당 9.고객기호 파악 10.개별고객 정성 18.급식업체의 사명감 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 22.다양한 계절메뉴제공 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공
제4분면 과잉노력 지양	13.식당의 쾌적함 16.식당종사자 용모·복장 양호

2사분면에 포함된 속성들로는 8.음식 품질 21.음식 맛 24.좋은 식재료 사용이 있는데 이는 앞서 살펴 본 표본전체의 분석과도 동일한 속성들로서 고객사의 식당 담당자가 중요도를 높게 인식한 반면 수행도가 낮게나온 불만족스러운 부분으로 위탁급식회사는 우선 이 부분을 집중하여 개선하도록

선택과 집중의 노력이 절실한 곳이라 하겠다.

3사분면에 포함된 속성들로 5.식사가격 적당 9.고객기호 파악 10.개별고객에게 정성 18.급식업체의 사명감 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 22.다양한 계절메뉴 제공 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공이 있다. 이러한 속성들은 고객사가 중요하게 고려하지도 않고 수행도도 만족스럽지도 않은 항목들로 위탁급식회사에서 과도하게 집중할 필요가 없는 항목들이다. 따라서 식당운영에서 제한된 자원을 활용할 경우 우선순위가 낮은 항목이지만 식당을 이용하는 직원들의 요구 수준을 감안했을 때, 이러한 속성들을 중요시 여기지는 않지만 자칫 관리를 소홀히 하였을 경우 불만을 초래할 수도 있는 속성들이기 때문에 지속적으로 개선해 나가야 할 것이다.

마지막으로 4사분면에는 13.식당의 쾌적함 16.식당종사자 용모·복장 양호인데 이는 고객사의 입장에서 중요도는 낮지만 수행도가 높은 속성들로 위탁급식회사의 관리자들도 이와 같은 항목들에 대해 회사의 자원이나 노력이 과도하게 투입되고 있는지 고려해 보고 과감하게 수정해 나갈 필요가 있다고 하겠다.

다. 위탁급식회사(수탁사: Trustee Company)

급식 서비스품질의 중요도와 수행도에 대한 위탁급식회사 스스로의 평가가 <표 9>에 제시되어 있다. 우선 급식 서비스품질에서 중요시 고려되는 속성으로 위생/안전관리 철저(4.67), 식당종사자의 친절(4.60), 식사불만 신속 처리(4.49), 신속한 서비스 제공(4.47), 고객요구사항 즉각 대응(4.44)으로 나타났다. 이는 단체급식의 특성을 나타낸 것으로 제한된 시간 내에 식사를 마쳐야하는 고객들에게 친절하고 신속한 서비스와 즉각적인 대응 그리고 불만에 대한 신속한 처리가 위탁급식회사의 현장 관리자들도 중요하게

인식하고 있었다. 위생/안전에 대한 중요도를 고객사와 마찬가지로 위탁급식업체 또한 제일 중요한 속성으로 꼽고 있다.

한편, 현재 운영하고 있는 사업장에 대해 위탁급식회사 관리자들이 스스로 평가한 서비스품질의 수행도 평가에서는 위생/안전관리 철저(4.62), 정시 배식(4.40), 게시된 메뉴음식 제공(4.27), 식당종사자 용모·복장 양호(4.27), 식사불만 신속처리(4.23) 순으로 높게 평가하고 있다.

이번 조사결과에서 특이한 것은 위탁급식회사가 중요시 하는 속성이면서도 식당종사자의 친절, 신속한 서비스 제공, 고객요구사항 즉각 대응에서는 스스로 수행도가 부족하다고 평가를 내리고 있어 이 서비스품질 속성들에 대한 근본적인 문제점을 도출하여 수행도를 제고할 방안을 마련하는 것이 위탁급식회사에게 필요함을 알 수 있다.

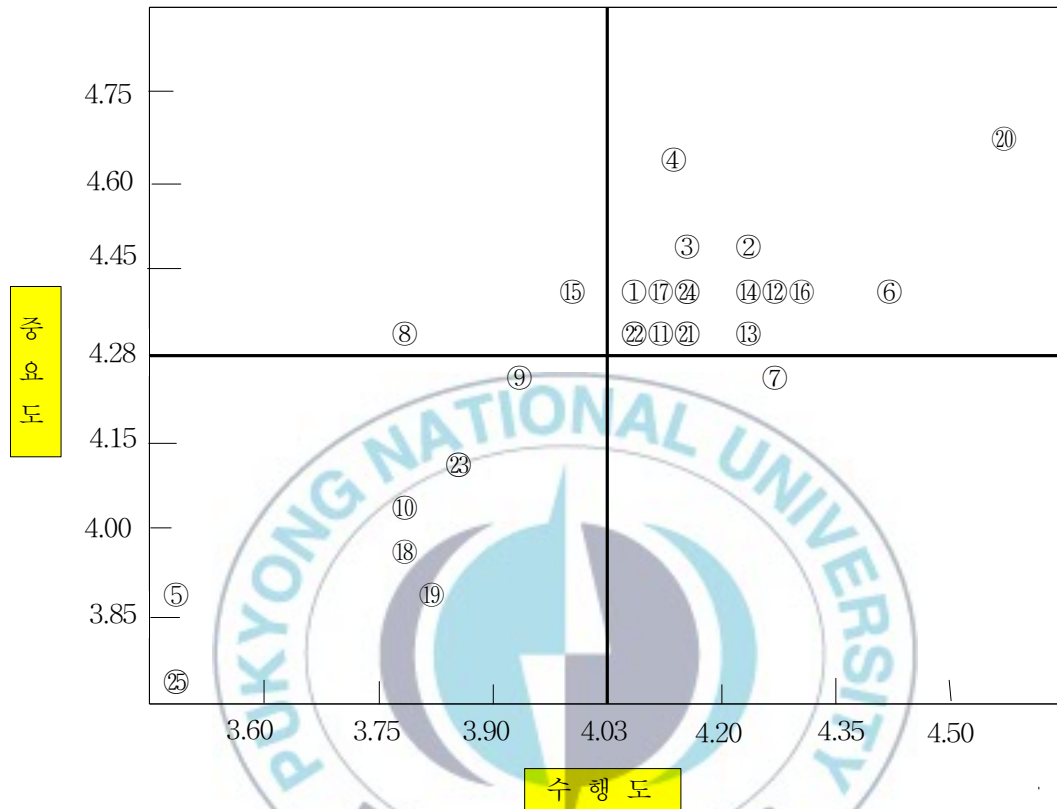
급식 서비스품질 속성의 중요도-수행도 간의 차이를 파악하기 위해 각 항목들에 대해 대응일치 t-test를 실시하였다. 25개 항목 중 정시 배식(1.00), 게시된 메뉴음식 제공(1.00), 영양사 고객의 소리 경청(.266), 식당의 쾌적함(.341), 식당종사자들의 용모·복장 양호(.159), 급식업체의 사명감(.107), 식당의 이벤트 판촉활동(.266), 위생/안전관리 철저(.554), 다양한 후식 제공(.176)의 9항목이 유의하지 않는 것으로 분석되었으며 나머지 16항목은 각각 유의수준 1%, 5%에서 유의한 것으로 분석되었다.

급식 서비스품질 속성의 중요도-수행도 간의 차이는 <표 9>에서 제시된 바와 같이 전부 양의 값을 보이고 있어 대체적으로 불만족하고 있는 것으로 나타났다. 특히 속성들 중 식사가격 적당(.65), 음식 품질(.53), 식당종사자들의 친절(.50), 식당기물의 청결(.42), 고객의 요구사항에 적극대응(.38)에서 가장 큰 차이를 보이고 있어 이들 항목이 점장·영양사가 현장에서 이들 속성에 대한 개선이 시급하다 하겠다.

**<표 9> 급식 서비스품질 속성의 중요도-수행도에 대한 기술 및
차이분석: 위탁급식회사**

속 성		중요도		수행도		대 응 차	t	p
		평 균	순 위	평 균	순 위			
1	고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	4.44	5	4.06	14	.38	4.017	.000
2	식사의 불만을 신속하게 처리해준다	4.49	3	4.22	5	.27	2.710	.009
3	식당종사자가 신속하게 서비스를 제공한다	4.47	4	4.12	11	.35	2.905	.005
4	식당종사자들은 항상 밝고 친절하다	4.60	2	4.10	12	.50	4.352	.000
5	식사가격이 적당하다	3.88	24	3.23	25	.65	3.770	.000
6	정해진 시간에 배식을 한다	4.40	8	4.40	2	.00	.000	1.00
7	게시된 메뉴대로 음식을 제공한다	4.27	18	4.27	3	.00	.000	1.00
8	음식 품질이 없는 편이다	4.31	15	3.77	23	.53	5.344	.000
9	급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	4.27	18	3.92	18	.35	3.273	.002
10	고객 한사람 한사람에게 정성을 다한다	4.02	21	3.81	20	.21	2.034	.047
11	고객의 소리에 늘 귀 기울인다	4.35	12	4.08	13	.26	2.442	.018
12	식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다	4.35	12	4.21	6	.13	1.124	.266
13	식당은 대체로 쾌적한 편이다	4.29	16	4.20	7	.09	.962	.341
14	식당이 전반적으로 청결하다	4.41	7	4.20	7	.21	1.907	.062
15	식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편이다	4.42	6	4.00	17	.42	3.503	.001
16	식당종사자들이 용모와 복장상태가 양호하다	4.38	9	4.27	3	.11	1.428	.159
17	급식업체는 전문성을 가지고 있다	4.38	9	4.15	9	.23	2.466	.017
18	급식업체는 '직원의 영양관리'라는 사명감에 충실하다	3.96	22	3.79	22	.17	1.643	.107
19	메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 판촉활동에 적극적이다	3.94	23	3.81	20	.13	1.124	.266
20	위생/안전관리에 철저하다	4.67	1	4.62	1	.05	.596	.554
21	음식 맛이 좋다	4.37	11	4.13	10	.23	2.366	.022
22	계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다	4.29	16	4.04	16	.25	2.097	.041
23	선택메뉴가 자주 나온다	4.10	20	3.85	19	.25	2.761	.008
24	좋은 식재료를 사용한다	4.35	12	4.06	14	.28	2.876	.006
25	다양한 후식이 제공된다	3.63	25	3.44	24	.19	1.372	.176
전체 평균		4.28		4.03				

<그림 5> IPA 매트릭스: 위탁급식회사



<그림 5>의 IPA 매트릭스와 <표10>의 위탁급식회사 IPA분석결과를 살펴보면, 우선 1사분면에 위치한 속성들은 1.고객요구사항 즉각 대응 2.식사 불만 신속처리 3.식당종사자 신속 서비스 4.식당종사자 친절 6.정시 배식 11.고객의 소리 경청 12.점장(영양사) 홀 대기 13.식당의 쾌적함 14.식당 청결 16.식당종사자 용모·복장 양호 17.급식업체의 전문성 20.위생/안전관리 철저 21음식 맛 22.다양한 계절메뉴 24.좋은 식재료 사용의 문항들이다. 이러한 속성들은 중요도와 수행도가 모두 높은 속성들이므로 식당 운영 시 이러한 속성들에 대해서는 사업장의 점장·영양사들이 지속적으로 수행도를 높여나가도록 해야 하겠다.

<표 10> 급식 서비스품질 IPA 분석결과: 위탁급식회사

구분	서비스품질 속성
제1 사분면 유지	1.고객요구사항 즉각 대응 2.식사불만 신속처리 3.식당종사자 신속 서비스 4.식당종사자 친절 6.정식 배식 11.고객의 소리 경청 12.점장(영양사)홀 대기 13.식당의 쾌적함 14.식당 청결 16.식당종사자 용모·복장 양호 17.급식업체의 전문성 20.위생/안전관리 철저 21음식 맛. 22.다양한 계절메뉴 24.좋은 식재료 사용
제2 사분면 집중	8.음식 품질 15.식기, 기물 청결
제3 사분면 낮은 우선순위	5.식사가격 적당 9.고객기호 파악 10.개별고객 정성 18.급식업체의 사명감 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공.
제4분면 과잉노력 지양	7.게시된 메뉴음식 제공

2사분면에 포함된 속성들로는 8.음식 품질 15.식기, 기물 청결이 있는데 이는 위탁급식회사 관리자 스스로 중요도를 높게 인식하면서 수행도가 낮게 나온 부분으로 위탁급식회사 관리자들도 이 불만족한 부분의 근본적인 원인을 찾아 집중하여 개선하도록 노력해야 하겠다.

3사분면에 포함된 속성들로 5.식사가격 적당 9.고객기호 파악 10.개별고객에게 정성 18.급식업체의 사명감 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공이 있다. 이러한 속성들은 위탁급식회사가 중요하게 고려하지도 않고 수행도도 만족스럽지도 않은 항목들로 급식 당사자들이 과도하게 집중할 필요가 없는 항목들이긴 하지만 위탁을 받아 식당을 운영하는 서비스업의 특성 상 어느 것 하나 소홀히 할 수 없는 항목들이라 하겠다.

마지막으로 4사분면에는 7.게시된 메뉴음식 제공으로 나타나 낮은 중요도에 비해 지나치게 과도한 노력을 기울이고 있지는 않은지 한번 살펴봐야 할 속성이라 하겠다.



V. 결 론

1. 연구결과의 요약

본 연구에서는 기업체·기관의 식당을 위탁주고 있는 고객사의 급식관련 부서장 및 담당자와 이를 위탁받아(수탁하여) 운영하고 있는 위탁급식회사의 현장관리자인 점장·영양사를 대상으로 단체급식 서비스품질의 중요도와 수행도를 비교 연구함으로써 궁극적으로 식당이용객들의 만족도를 제고하고 향후 급식 서비스품질에 대한 차별화된 방안을 도출하고자 하였다.

이와 같은 연구목적을 달성하기 위하여 2011년 현재, 부산·울산·경남 지역에서 62개 기관·기업체의 급식소를 수탁하여 운영하고 있는 S社の 운영사업장을 대상으로 그 중 50개 사를 선정하여 급식관련 부서장 및 식당담당자와 이곳에서 위탁급식을 담당하고 있는 S社の 점장·영양사를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

설문조사결과 수집된 104부의 유효 표본으로 단체급식의 중요도-수행도를 파악하기 위하여 빈도분석, 신뢰도분석, IPA를 실시하였으며, 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 급식 서비스품질의 중요도와 수행도를 고객사와 위탁급식회사 그리고 두 집단을 종합하여 전체로 각각 분석한 결과 전체적으로 위생/안전관리 철저, 식당종사자의 친절, 식사불만 신속처리, 고객요구사항 즉각 대응, 신속한 서비스 제공 속성을 중요하게 고려하는 것에는 이견이 없었다. 특히 위생/안전관리를 소홀히 하여 발생하는 위생 및 안전사고는 고객사의 급식 담당자나 위탁급식회사의 현장 관리자들에게는 치명적인 사안이기 때

문에 위생/안전에 대한 중요도를 고객사와 위탁급식회사 모두 가장 중요한 속성으로 인식하고 있었다. 또한 단체급식의 특성 상 제한된 시간 내에 식사를 마쳐야하기 때문에 신속한 서비스와 즉각적인 고객 대응을 두 집단 모두 중요한 속성으로 인식을 같이 하고 있었다.

이러한 결과는 급식의 양쪽 관리자들 모두 서비스품질 요인 중 본질적인 음식품질의 문제에 앞서 관리자의 특성 상, 반응성과 보증성의 요인들을 특히 중요시 여기고 있는 것으로 나타났으며 이에 대한 지속적인 개선과 종사자 교육 등을 통하여 서비스의 수준을 유지시켜나가야 할 것이다.

한편, 현재 운영하고 있는 식당의 서비스품질의 수행도 평가에서는 위생/안전관리 철저, 정시 배식, 게시된 메뉴음식 제공, 식당종사자 용모·복장 양호, 식사불만 신속처리 순으로 양호하게 평가되었다. 반면에 이 조사결과를 토대로 보면 전체적으로 중요시 여기는 속성인 고객 요구사항 즉각 대응과 식당 종사원의 친절, 신속한 서비스 제공과 같은 서비스품질 속성들에 대한 수행도를 보다 더 높일 방안이 필요함을 알 수가 있다.

둘째, 대응일치 t-test를 통해 25개 문항 중 정시 배식(.822), 게시된 메뉴음식 제공(.900), 식당종사자 용모·복장 양호(.389), 식당의 쾌적함(.220), 식당의 이벤트 활동(.141), 영양사의 고객의 소리 경청(.083)의 6개 항목이 유의하지 않은 것으로 분석되었으며, 나머지 19개 항목들에 대해서는 각각 유의수준 1%, 5%에서 유의한 것으로 분석되었다. 보다 구체적으로 분석결과를 살펴보면, 급식 서비스품질 속성의 중요도-수행도간의 차이는 전부 양(+)의 값을 보이고 있어 대체적으로 불만족하고 있음을 알 수 있다. 특히, 고객사는 속성들 중 음식 맛(.59), 좋은 식재료 사용(.59), 식당종사자들의 친절(.50), 다양한 후식(.46), 고객의 기호파악(.43), 음식 품질(.41)에서 가장 큰 차이를 보여 불만족하고 있는 것으로 나타났고, 위탁급식회사 관리자들의 자가 진단에서는 속성들 중 식사가격 적당(.65), 음식 품질(.53),

식당종사자들의 친절(.50), 식당기물의 청결(.42), 고객의 요구사항에 적극대응(.38)에서 가장 큰 차이를 보이고 있어 이들 항목이 점장·영양사 스스로 가장 부족한 부분으로 진단하여 이들 속성에 대한 개선이 시급하다 하겠다.

특이한 점은 위탁급식회사의 식사가격의 불만으로, 다른 산업에 비해 단가인상이 어렵고 인상되더라도 현실적으로 대폭인상이 어려운 단체급식의 특성이 반영된 것으로 보인다. 점장·영양사의 입장에서는 현재 운영 중인 급식소의 식사가격이 좋은 식사를 제공하기에는 많이 부족하다는 인식을 갖고 있었다.

셋째, 급식 서비스품질의 중요도-수행도 파악을 위해 IPA분석을 실시한 결과, 중요도와 수행도가 모두 높아 지속적으로 유지 및 관리해야 할 속성들로 1사분면에 위치한 속성들은 1.고객요구 즉각 대응 2.식사불만 신속처리 3.식당종사자 신속서비스 4.식당종사자 친절 6.정시 배식 7.게시된 메뉴 음식 제공 11.고객의 소리 경청 12.점장(영양사)홀 대기 14.식당 청결 15.식기, 기물 청결 16.식당종사자 용모·복장 양호 17.급식업체 전문성 20.위생/안전관리 철저의 문항들이 제시되었다.

2사분면에 포함된 속성들로 8.음식 품질 21.음식 맛 24.좋은 식재료 사용이 있는데 이는 고객사와 위탁급식회사 모두 중요도를 높게 인식하면서 수행도가 낮게나온 불만족스러운 부분으로 고객사와 위탁급식회사가 같이 협력하여 이 부분을 집중하여 개선하도록 노력해야 하겠다.

3사분면에 포함된 속성들로 5.식사가격 적당 9.고객기호 파악 10.개별고객에게 정성 18.급식업체의 사명감 19.메뉴홍보 및 이벤트 활동 22.다양한 계절메뉴 제공 23.선호메뉴 제공 25.다양한 후식제공이 있다. 이러한 속성들은 고객사와 위탁급식회사 모두 중요하게 고려하지도 않고 수행도도 만족스럽지 않은 항목들로써 급식 당사자들이 과도하게 집중할 필요가 없는

항목들로, 우선순위가 낮지만 식당을 이용하는 고객들이 이러한 속성들을 중요시 하지 않는다고 해서 자칫 관리를 소홀히 하였을 경우 불만족을 초래할 수도 있는 속성들이기 때문에 전혀 무시할 수 없는 속성이며 점진적으로 개선활동을 해 나갈 필요가 있다.

마지막으로 4사분면에는 고객사는 13.식당의 쾌적함 16.식당종사자 용모·복장 양호 항목을, 위탁급식회사는 7.게시된 메뉴음식 제공인데 이는 중요도는 낮지만 수행도가 높은 속성들로 두 집단의 급식 관리자들은 이와 같은 항목들에 대해 기업의 자원이나 역량이 과도하게 투입되고 있는지 고려해 볼 필요가 있다.

2. 연구의 시사점

최근에는 직원식당이 한 끼 식사를 해결하는 생존의 차원이 아니라 쾌적한 공간에서 휴식을 취하며 식사를 즐기고 삶의 질을 높이는 수단으로서 급식소 이용자들의 욕구수준을 고려하여 급식 만족도를 높여야 한다.

따라서 현재의 급식소 이용에서 고객들이 만족하고 있는 1사분면에 위치한 고객요구 즉각 대응, 식사불만 신속처리, 식당종사자 신속서비스, 식당종사자 친절, 정시 배식, 게시된 메뉴음식 제공, 고객의 소리 경청, 점장(영양사)홀 대기, 식당 청결, 식기, 기물 청결, 식당종사자 용모·복장 양호, 급식업체 전문성, 위생/안전관리 철저의 속성들은 서비스의 수준을 지속적으로 유지하되, 2사분면에 위치한 음식 품질, 음식 맛, 좋은 식재료 사용에 대한 고객사의 불만을 위탁급식회사는 신속하게 원인을 찾아 우선적으로 시급히 개선해 나가야 할 과제이다.

<그림 6> 제2 사분면 종합 IPA 분석

제2사분면 집중 (Concentrate Here) -높은 중요도, 낮은 수행도		내 용
전체	8. 음식 품질 21. 음식의 맛 24. 좋은 식재료	· 집중 개선해야 할 속성 도출 · 음식 품질에 대한 대책수립 시급함. 고객사와 위탁급식회사 인식 일치 · 고객사는 급식의 본질적인 문제인 음식 품질 요인의 ‘음식 맛’과 ‘좋은 식자재 사용’에 우선 집중해 줄 것을 요구함. · 반면 위탁급식회사는 ‘식기, 기물 청결’ 같은 속성을 먼저 개선해야 한다고 파악하고 있어 인식의 전환이 필요함.
고객사	8. 음식 품질 21. 음식의 맛 24. 좋은 식재료	
위탁급식회사	8. 음식 품질 15. 식기, 기물 청결	

출처: 연구자 작성

특히 <그림 6> 제2 사분면 종합 IPA 비교분석은 중요한 시사점을 제공하고 있다. 표본전체와 고객사 그리고 위탁급식회사 모두 음식 품질에 대해서는 높은 중요도에 비해 수행도가 떨어진다고 대답하였다. 위탁급식회사는 식수관리 방안, 품질 시 대체방안 등을 포함하여 음식 품질에 대한 다각도의 대책을 시급히 수립하여 시행할 필요가 있다.

또한 고객사는 급식의 본질적인 문제인 음식품질 요인의 음식 맛과 좋은 식자재 사용에 급식회사의 집중을 기대한 반면, 위탁급식회사는 식기, 기물 청결과 같은 외형적인 면에 역량을 우선 집중해야 한다고 인식하고 있어 이 차이(Gap)를 메울 수 있는 상호간의 대화와 인식의 전환이 필요하다고 하겠다.

3사분면에 속해 있지만 위탁급식회사의 식사가격 대한 불만도 눈 여겨 볼만한 사항이다. 지속적인 식자재 가격의 상승에도 불구하고 위탁급식회

사에게만 인상요인을 부담시키는 일은 없는지 살펴볼 일이다. 적정한 식사 가격 보장이 좋은 식자재 구입과 음식의 맛을 올릴 수 있다는 고객사와 위탁급식회사의 ‘상생(Win-Win)의 정신’이 필요한 대목이라고 하겠다.

최근 대기업 전문위탁급식회사들의 출현으로 많은 부분에서 체계적이고 조직적으로 급식업무가 선진화되었다. 그러나 많은 회사들이 영양사의 업무를 ‘메뉴관리’, ‘고객관리’, 그리고 ‘손익관리’로 정의하면서(S사 급식업무매뉴얼, 2009) 사업장을 책임지고 있는 점장·영양사의 손익관리에 대한 부담이 커진 것이 현실이다. 또한 영양사들의 주 업무이던 메뉴관리(메뉴 작성)가 전산화를 통해 간편화된 이후 많은 일선 영양사들이 문서업무나 각종 회의, 고객사 인적관리 등의 업무에 많은 시간을 보내고 있는 것으로 조사되었다.

전문위탁급식회사의 경우 영양사의 일일업무는 작업장 라운딩 및 조회, 식자재 검수, 메뉴회의 및 조리회의, 조리공정 관리, 일일메뉴 공지, 검식 및 보존식 관리, 배식 전 식당관리, 배식 관리, 잔반량 파악, 식수분석 및 식권관리, 재고관리, 식자재 발주, 레시피 관리, 청소 관리, 업무마감, 홀 관리 등 16가지였으며(S사 급식업무매뉴얼, 2009), 이 외에도 주간업무, 월간 업무, 연간업무, 수시업무(인사, 노무관리, 교육 참석, 고객사와 업무협의, 행사식 관리, 서비스 교육 등) 등에 많은 시간과 노력이 투여 되고 있다. 이를 영양사의 본연의 업무가 아니다 라고 말할 수 는 없지만 본 연구에서 나타난 바와 같이 고객사에서 요구하는 급식 서비스 수준을 만족시키기 위해서는 현장의 점장·영양사가 더 집중해야 할 업무는 이런 행정적인 관리자의 모습보다 서비스 지향적이고 급식 본질에 충실한 급식업무 관리에 집중, 노력해 주기를 바라고 있는 것이다.

본 연구의 결과는 연구대상이 부산·울산·경남으로 한정되어 있고, 여러 가지 조사의 여건 상 국내 많은 위탁급식업체를 대상으로 하지 못하고

위탁급식회사 한 곳만을 대상으로 조사를 하여 연구결과를 일반화하기에는 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 연구대상을 국내 대기업 위탁급식업체 뿐만 아니라 중소 위탁급식업체도 포함하여 광범위하게 연구를 확대할 필요가 있다. 이런 연구를 통해 급식업체의 근본적인 문제점을 도출해 내고 국민 건강의 침범이라고 자부하고 있는 위탁급식전문회사의 급식 서비스품질 수준을 한 차원 높이는데 기여할 수 있을 것이다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 그간의 대다수 기존연구들이 행한 고객 대상의 일방적(one-way)인 중요도-수행도 조사에서 탈피해 위탁급식회사와의 재계약에 주도적 역할을 하는 고객사 급식관련 부서장·담당자들의 현장에 대한 평가와 그 급식소에서 위탁급식을 책임지고 있는 급식현장관리자인 점장·영양사들의 현장의 목소리를 직접 들어 보는 양방향(two-way)의 조사를 시도함으로써 두 집단 간의 인식의 차이와 간극을 확인하고 향후 급식 서비스품질 향상을 위해서 고객사와 위탁급식회사가 함께 협력하고 상생해야하는 이유와 그것을 실천하는데 필요한 실질적인 유용한 전략적 시사점을 도출했다는데 의의가 있다고 할 것이다.

<참고문헌>

- 고미영 · 양필수 · 고계성(2011). 면세점 쇼핑관광객의 중요도-만족도 연구 『관광연구』, 26(2): 1-20.
- 고희정(2002). 위탁급식업체 서비스 품질에 대한 구매자의 평가 연구. 중앙대학교 석사학위 논문
- 공기열(2006). IPA 기법을 이용한 여가활동 평가. 『관광연구』, 20(3): 285-303.
- 구희영(2004). 급식소에서 푸드 코디네이션 작용 시 급식에 대한 기대 및 만족도 조사연구. 성신여자대학교 석사학위 논문
- 권동극(2011). IPA 방법을 이용한 외식사업체 서비스품질 향상 방안에 관한 연구. 『대한관광경영학회』, 26(1): 1-31.
- 김계섭 · 조주은(2005). 항공사 서비스품질의 중요도-성과와 만족 간의 관련성. 『관광연구』, 19(2): 35-61.
- 김명애 · 김신자(2002). 사업체급식소별 급식서비스 품질에 대한 만족요인 분석. 『생활과학연구』, 7: 78-84.
- 김문수(2003). 호텔정보시스템의 중요도-성과분석. 『관광연구』, 18(2): 284-300.
- 김민정(2004). 대학 급식점에서 고객이 인식하는 급식 서비스 품질이 가치, 만족, 재구매 의도에 미치는 영향. 연세대학교 석사학위 논문
- 김상호(2010). 외식서비스품질이 관계의 질과 브랜드 충성도에 미치는 영향. 호텔경영학연구』, 19(1): 193-218.
- 김석준 · 조용범(2007). 기업체 종사원의 급식서비스품질요인이 이용 고객만족도에 미치는 영향. 『한국조리학회』, 13(4): 164-177.
- 김성섭 · 임재문 · 이형룡(2001). 중요도-실행도 분석을 통한 국제회의평가

- : ISR 2001 국제회의 사례연구를 중심으로. 『관광학연구』, 16(2): 257-274.
- 김성우(2008). IPA기법을 이용한 생태관광 매력성 평가에 관한 연구-금강산 관광을 대상으로. 『관광연구논총』, 20(1): 101-115.
- 김신자·김명애(2001). 사업체 급식서비스품질의 인구통계학적 변인에 따른 비교분석. 『대한영양사협회』, 7(4): 397-409.
- 김영미·김성섭·현재천(2008). 중요도-실행도 분석을 이용한 호텔부서별 근무자가 갖춰야 할 역량 평가. 『관광레저연구』, 20(4): 199-219.
- 김영훈·조용범(2009). 부산·경남지역 고등학생들의 급식 중요도와 만족도에 관한 연구. 『한국조리학회』, 15(2): 338-347.
- 김정미·권태일·노선희(2009). 외식소비자의 서비스품질 평가가 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향: 포천과 서울지역 비교연구. 『한국외식경영』, 12(1): 7-34.
- 김정미·송준희(2002). 영양서비스 업무를 수행하는 사업체급식소 영양사의 직무만족 및 직무특성 분석. 『대한영양사협회』, 8(1): 33-41.
- 김진희·곽동경·홍완수·류은순(2005). 병원 위탁급식의 질적 향상을 위한 병원과 위탁회사 영양사간의 급식업무에 대한 중요도 및 수행도 조사. 『대한영양사협회』, 11(4):381-392.
- 김형준(2002). 외식산업의 서비스 품질 중요도가 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국외식경영』, 5(1): 23-46.
- 류은순(1998). 부산, 경남지역 사업체 급식소 운영방식에 따른 고객만족지수. 『대한영양사협회』, 4(2): 152-159.
- 문현경·정효지·조정순(1997). 급식형태와 우리나라 영양사의 직무만족도의 관련성에 관한 연구. 『대한지역사회영양학회』, 2(2): 232-245.
- 박경연·백주아·서원석(2010). IPA를 이용한 호텔 종사원의 교육프로그램

- 만족도 평가 -서울 소재 특급호텔을 대상으로. 『호텔경영학연구』, 19(6):1-14.
- 박경호(2009). IPA기법을 이용한 생태관광 매력성 평가에 관한 연구. 『관광연구』, 24(2): 1-20.
- 박공덕(2000). 고객만족과 서비스품질간의 관계성 연구 : 급식산업에 대한 실증적 연구를 중심으로. 인하대학교 석사학위 논문
- 박문경(2007). 급식 대상 유형과 위탁급식전문업체 규모별 고객 만족도에 영향을 미치는 서비스 품질 속성의 규명. 『대한영양사협회』, 13(2): 138-156.
- 박병국(2006). 대학교 위탁급식업체의 이용실태에 관한 차이 검증: 충남지역 J사를 중심으로. 『호텔리조트연구』, 6(1): 249-262.
- 박상규 · 김경숙(2002). 급식산업의 서비스품질과 고객애호도 연구. 『대한영양사협회』, 8(4): 398-407.
- 박상현 · 광대영 · 정병웅(2008). 관광축제의 중요도-만족도 분석과 인구통계적 비교평가: 보령머드축제를 대상으로. 『관광학연구』, 32(4): 145-166.
- 박승식(2008). 항공사 기내식 서비스속성의 중요도와 만족도에 관한 비교 연구: 국내 K사와 A사를 중심으로. 『외식경영학회』, 11(2): 7-36
- 박유라(2001). 가격과 가치의 상관성 분석에 관한 연구 : 중간 가격대의 한식당을 중심으로. 경기대학교 석사학위 논문
- 박정화(2010). IPA를 활용한 소규모 식당 서비스 선택속성에 대한 연구. 『외식경영연구』, 13(4): 195-216.
- 서원석 · 심영국 · 백주아(2007). 외식산업의 서비스품질 측정 연구에 대한 탐색적 고찰: 국내패밀리레스토랑 서비스품질에 관한 연구 중심. 『관광 · 레저연구』, 19(4): 386-405.

- 손대현·안세길(2007). 마케팅믹스 7P's의 IPA를 통한 호텔마케팅 전략 방안. 『관광연구논총』, 19(2)(통권 20), 126-140.
- 안관영·곽영환(2003). 종업원 임파워먼트와 서비스품질의 관계 및 재직 기간의 조절효과. 『품질경영학회』, 31(4):19-35.
- 안정하·문혜경(2008). 위탁급식업체의 급식 유형별 고객만족도 비교. 『대한영양사협회』, 14(2): 114-126.
- 안현영·조광익(2006). IPA를 이용한 패스트푸드의 웰빙 메뉴의 평가. 『관광연구』, 21(3), 237-254.
- 양일선(1995). 단체급식산업의 과거, 현재, 그리고 미래. 『월간식당』, 119(2): 105-107.
- 양일선·이보숙·차진아·한경수·채인숙·이진미(2011). 『단체급식』, 서울: 교문사
- 유영진·이경희(2008). 외식업체의 서비스 품질이 만족도, 추천의향, 재방문에 미치는 영향에 관한 연구: 국내,외 레스토랑 중심으로. 『호텔관광연구』, 29(1): 117-129.
- 유정림·김영국(2004). 외식산업에서 서비스품질 연구에 대한 비판적 고찰. 『호텔경영학연구』, 13(2): 149-163.
- 유현목·이려정·김병용(2010). 산업체 급식이용자의 서비스품질 평가. 『관광산업연구』, 4(2): 39-56.
- 윤명숙(1999). 서비스 품질 측정 방법에 관한 연구. 『소비문화연구』, (2): 201-222.
- 왕미미(2010). IPA 분석을 이용한 중국 관광객의 한식당 음식품질 및 서비스 품질인식에 관한 연구. 세종대학교 석사학위 논문
- 이소희·정현영(2010). 대학급식 서비스 품질 속성 및 품질 개선요인 도출: IPA모델 적용 사례연구. 『대한영양사협회』, 16(3): 208-225.

- 이태희 · 김홍렬 · 윤설민(2007). 축제와 관광지 매력의 중요도-성취도 비교 연구: 춘천국제마임 축제와 위도관광지를 대상으로. 『관광레저연구』, 19(1): 61-76.
- 이혜연 · 장혜원 · 배현주(2011). 학교급식소 조리종사원 담당 위생관리항목에 대한 중요도-수행도 분석. 『한국식품조리과학』, 27(1): 21-31.
- 장대성 · 신충섭 · 김민수(2004). 패스트푸드 프랜차이즈의 서비스품질과 고객만족 및 재구매 의도에 관한 인과관계 연구. 『경영학연구』, 33(6): 1711-1733.
- 장승희(2002). 병원 급식 서비스 품질 속성에 대한 고객과 종사자의 인식과 기대도 분석. 연세대학교 석사학위 논문
- 장윤정(1995). 효율적인 대학급식 관리체계를 위한 소비자 태도 분석. 『한국식문화학회』, 10(4): 327-337.
- 장혜자(1995). 대학급식소의 성공적인 운영을 위한 필수관리요소 평가 및 급식관리기준 개발. 연세대학교 박사학위 논문
- 전재균 · 오홍철(1999). 중요성-성과분석을 도입한 한국의 국제회의 개최지로서 해외이미지에 관한 연구. 『관광레저연구』, 11(1): 57-67.
- 정승훈 · 김민 · 이연정(2009). 외식 프랜차이즈 가맹점의 서비스품질 동일성 유지가 고객만족 및 재방문에 미치는 영향. 『대한관광경영』, 학술저널: 755-770.
- 정철 · 서용석(2010). 국내 관광학연구에 사용된 중요도-성취도 분석(IPA)의 재고찰. 『관광연구논총』, 22(1): 123-137.
- 조문수 · 고승익 · 오상운(2007). IPA를 활용한 한국음식의 중요도-만족도 비교연구. 『관광연구』, 22(1): 265-287.
- 차영숙(2001). 사업체 단체급식소의 운영방식에 따른 이용고객의 급식 서비스 인식도 조사 및 영양사의 업무 영역 평가. 연세대학교 석사학위

논문

- 최미경 · 김희연 · 신서영 · 양일선(2006). 서울경기지역 위탁급식전문업체 영양사의 직무만족에 영향을 미치는 개인특성과 급식소 운영 특성 분석. 『대한지역사회영양학회』, 11(4): 502-511.
- 한상일(2009). IPA분석을 이용한 펜션경영의 우선순위 분석에 관한 연구. 『관광레저연구』, 21(1): 217-230.
- 홍석환 · 서재원(2004). 레스토랑의 서비스품질 관리에 관한 연구. 『문화관광연구』, 6(1): 177-223.
- 현경호 · 전재균 · 설훈구 · 허양희(2009). 대형 독립레스토랑의 서비스품질과 관계혜택이 종업원 및 레스토랑 만족에 미치는 영향. 『외식경영연구』, 12(3): 79-101.
- Craman, J. M.(1990). Consumer perception of service quality: An assessment a SERVQUAL Dimension. *Journal of Retailing*. 66(1): 33-55.
- Duke, C. & Persia, M(1996). Importance-performance analysis of escorted tour evaluation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(3): 207-223.
- Green, C. G.(1993). Using customer survey data to develop marketing strategies in college/university food services. *Journal of College & University Food Service*,1(1): 39-51.
- Hammit, W. E., Bisler, R. D. N. & Francis, P.(1996). Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts. *Journal of Park and Recreation Administration*. 14(1): 45-62.

- Lee, G. H. & Lee, C. K.(2009). Cross-cultural comparison of the image of Guam perceived by Korean and Japanese leisure travelers: IPA. *Journal of Marketing*, 41(1): 77-79.
- Martin, W. B.(1986). Defining what quality service is for you. *The Cornell H. R. A. Quarterly*, 27(2): 27-30.
- Martilla, J. & James, J.(1977). Importance Analysis, *Journal of Marketing*, 41(1): 13-17.
- Oh, H.(2001). Revisiting importance-performance analysis. *Tourism Management*, 22: 617-627.
- Parasuraman. A. Zeithaml V. A. & Berry L. L.(1985). Consumer perception of price, quality and value a means end synthesis of evidence. *Journal of marketing*, July 44: 2-22.
- Parasuraman. A. Zeithaml V. A. & Berry L. L.(1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(Spring): 12-40.
- Soriano, D. R.(2003). The Spanish restaurant sector: evaluating the perceptions of quality. *The Service Industries Journal*, 23(2): 183-194.
- Zhang, H. Q. & Chow, I.(2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25: 81-89.

식당 서비스 품질 설문지

본 설문지의 내용은 통계법 제13조에 의거하여 비밀이 보장되며 통계 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

ID No.

--	--	--



안녕하십니까?

먼저 소중한 시간을 내 주시어 본 설문에 응해주신데 대하여 감사의 말씀을 드립니다. 본 설문은 식당 서비스품질에 관한 연구를 위해 작성된 것 입니다. 본 연구를 통해 고객사와 위탁급식회사 간 식당에 대한 인식의 차이를 연구해 보고 식당의 음식품질과 서비스품질 개선에 도움을 주고자 합니다.

응답하신 내용은 모두 익명으로 처리됩니다. 따라서 설문 내용과 관련된 귀하의 비밀은 절대 보장되며, 학문적인 목적 이외에는 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 귀하의 성실하고 정확한 응답은 본 연구에 소중한 자료로 활용될 것 입니다. 감사합니다!

2011년 10월

지도교수: 부경대학교 경영학부 전재균 (☎ 051-629-5741)

연구자 : 부경대학교 석사과정 김홍근 (☎ 010-3874-7644)

I. 다음은 식당 운영에 대해 귀하께서 느끼는 중요도에 관한 질문입니다.

다음의 문항들에 대해 **현재의 식당 상황에 관계없이** 귀하께서 중요하다고 생각하는 정도에 따라 해당 번호에 √표하여 주시기 바랍니다.

서비스 품질 항목 (중요도)	전혀 중요 하지 않다	대체로 중요 하지 않다	보통 이다	대체로 중요 하다	매우 중요하 다
	①	②	③	④	⑤
고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	①	②	③	④	⑤
식사의 불만을 신속하게 처리해준다	①	②	③	④	⑤
식당종사자가 신속하게 서비스를 제공한다	①	②	③	④	⑤
식당종사자들은 항상 밝고 친절하다	①	②	③	④	⑤
식사가격이 적당하다	①	②	③	④	⑤
정해진 시간에 배식을 한다	①	②	③	④	⑤
게시된 메뉴대로 음식을 제공 한다	①	②	③	④	⑤
음식 품질이 없는 편이다	①	②	③	④	⑤
급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	①	②	③	④	⑤
고객 한 사람 한 사람에게 정성을 다 한다	①	②	③	④	⑤
고객의 소리에 늘 귀 기울인다	①	②	③	④	⑤
식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다	①	②	③	④	⑤
식당은 대체적으로 쾌적한 편이다	①	②	③	④	⑤
식당이 전반적으로 청결하다	①	②	③	④	⑤
식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편이다	①	②	③	④	⑤
식당종사자들의 용모와 복장상태가 양호하다	①	②	③	④	⑤
급식업체는 전문성을 가지고 있다	①	②	③	④	⑤
급식업체는 '직원들의 영양관리'라는 사명감에 충실하다	①	②	③	④	⑤
메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 관측활동에 적극적이다	①	②	③	④	⑤
위생/안전관리에 철저하다	①	②	③	④	⑤
음식 맛이 좋다	①	②	③	④	⑤
계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다	①	②	③	④	⑤
선호메뉴가 자주 나온다	①	②	③	④	⑤
좋은 식재료를 사용한다	①	②	③	④	⑤
다양한 후식이 제공된다	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 이용하고 계시는 식당에 대해 귀하께서 느끼는 수행도에 관한 질문입니다.

다음의 문항들에 대해 현재 식당의 운영에 동의하시는 정도에 따라 해당 번호에
√표하여 주시기 바랍니다.

서비스 품질 항목 (수행도)	매우 못하고 있다	대체로 못하고 있다	보통 이다	대체로 잘하고 있다	매우 잘하고 있다
	①	②	③	④	⑤
고객의 요구사항에 즉각적으로 대응한다	①	②	③	④	⑤
식사의 불만을 신속하게 처리해준다	①	②	③	④	⑤
식당종사자가 신속하게 서비스를 제공한다	①	②	③	④	⑤
식당종사자들은 항상 밝고 친절하다	①	②	③	④	⑤
식사가격이 적당하다	①	②	③	④	⑤
정해진 시간에 배식을 한다	①	②	③	④	⑤
게시된 메뉴대로 음식을 제공 한다	①	②	③	④	⑤
음식 품질이 없는 편이다	①	②	③	④	⑤
급식업체는 고객의 기호를 잘 파악하고 있다	①	②	③	④	⑤
고객 한 사람 한 사람에게 정성을 다 한다	①	②	③	④	⑤
고객의 소리에 늘 귀 기울인다	①	②	③	④	⑤
식사시간에 점장(영양사)이 홀에서 고객의 소리를 경청한다	①	②	③	④	⑤
식당은 대체적으로 쾌적한 편이다	①	②	③	④	⑤
식당이 전반적으로 청결하다	①	②	③	④	⑤
식당의 식기와 기물들은 늘 깨끗한 편이다	①	②	③	④	⑤
식당종사자들의 용모와 복장상태가 양호하다	①	②	③	④	⑤
급식업체는 전문성을 가지고 있다	①	②	③	④	⑤
급식업체는 '직원들의 영양관리'라는 사명감에 충 실하다	①	②	③	④	⑤
메뉴홍보나 이벤트 등 식당의 관측활동에 적극적 이다	①	②	③	④	⑤
위생/안전관리에 철저하다	①	②	③	④	⑤
음식 맛이 좋다	①	②	③	④	⑤
계절에 따라 다양한 메뉴가 제공된다	①	②	③	④	⑤
선호메뉴가 자주 나온다	①	②	③	④	⑤
좋은 식재료를 사용한다	①	②	③	④	⑤
다양한 후식이 제공된다	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음의 문항은 귀하의 일반적 사항을 알기 위한 것입니다.

문항을 읽고 해당 번호에 √표하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?	① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은?	① 20세 이상~29세 미만 ② 30세 이상~39세 미만 ③ 40세 이상~49세 미만 ④ 50세 이상
3. 귀하의 소속은?	① 고객사(위탁사) ② 위탁급식회사(수탁사)
4. 귀하의 직위는?	① 사원급 ② 주임급 ③ 대리급 ④ 과장급 ⑤ 차/부장급 ⑥ 임원급
5. 귀하가 근무하는 곳은?	① 제조업체(공장) ② 오피스 및 관공서 ③ 유통회사 ④ 병원 ⑤ 학교 ⑥ 기타 ()
6. 식당의 일일 식수는?	① 100식 미만 ② 100식 이상~300식 미만 ③ 300식 이상~500식 미만 ④ 500식 이상~1,000식 미만 ⑤ 1,000식 이상~2,000식 미만 ⑥ 기타 (식)
7. 한 끼 식단가는?	① 2,000원 미만 ② 2,000원 이상~2,500원 미만 ③ 2,500원 이상~3,000원 미만 ④ 3,000원 이상~4,000원 미만 ⑤ 4,000원 이상~5,000원 미만 ⑥ 기타 (원)
8. 하루 제공 끼니 수는?	① 한끼 ② 두끼 ③ 세끼 ④ 기타 (끼)
9. 지금 업무를 계속한 기간은?	_____ 년
10. 메뉴의 형태는?	① 단일메뉴 ② 복수메뉴 ③ 카페테리아 ④ 부분 복수메뉴

- 응답해 주셔서 감사합니다. 즐거운 하루 되십시오 -