



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 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](#)

金 蕙 英 教授指導

博士學位 請求論文

給食 産業에서
食空間 演出과 푸드코디네이션의
서비스 品質評價 및 滿足에 관한 研究

2009

誠信女子大學校 大學院

食品營養學科

金 賢 眞

給食 産業에서
食空間 演出과 푸드코디네이션의
서비스 品質 評價 및 滿足에 관한 研究

金 蕙 英 教授指導

이 論文을 博士學位 論文으로 제출함

2009년 5월

誠信女子大學校 大學院

食品營養學科

金 賢 眞

認 准 書

金賢眞의 博士學位 論文을 認准함

심사위원 _____ 印

심사위원 _____ 印

심사위원 _____ 印

심사위원 _____ 印

심사위원 _____ 印

誠信女子大學校 大學院

논문 개요

경제의 급속한 발전과 생활 문화수준 향상은 급식산업에 대한 고객의 기호와 요구에 변화와 다양성을 가져왔고 이로 인해 현대의 급식산업은 심각한 경쟁에 놓여 있으며 양질의 서비스 품질을 제공할 수 있는 경쟁력 확보 방안 마련과 서비스 품질 차별화에 대한 새로운 전략이 요구되고 있다. 이러한 시점에서 급식산업에서 식공간 연출과 미학 추구 차원의 접근에 대한 언급이 제기되고 있다.

그리하여 본 연구에서는 급식산업의 식공간 연출과 푸드코디네이션을 서비스 품질로 접근하였으며, 설문 조사를 통하여 급식산업 내의 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질에 대한 고객의 특성, 인지 및 기여도를 조사하여 적용 가능성을 분석 후 새로운 서비스 품질 요인을 제시하고, 이를 토대로 서비스 품질을 평가하고 고객의 지각과 만족에 미치는 영향에 대해 연구함으로써, 급식산업에서의 보다 나은 고객 만족과 경쟁력 확보를 위한, 서비스 품질의 차별화 마케팅 전략 방안으로서 제시하고자 하였다.

이를 위해, 본 연구에서는 급식 산업을 외식 산업과 단체급식 산업으로 분류하고 이 중 외식산업에서는 케이터링을 대상으로 지정한 후, 케이터링과 단체급식소에서 식공간 연출과 푸드 코디네이션의 서비스 품질 평가와 만족 요인을 비교 분석하였다. 이에 대해 실증 모형과 가설을 설정하고 통계적 분석을 이용한 연구를 진행하였다.

1. 표본 구성 및 이용 실태

서울 경기 지역의 급식산업 중 케이터링과 단체급식소를 모두 이용해 본 경험자를 대상으로 급식산업에서 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스

품질 평가 및 만족에 대해 조사하였다. 회수된 유효표본 577부를 SAS version 9.1을 이용하여 분석하였다.

1) 조사대상자의 일반적 특성을 보면, 여성이 (343명, 59.45%) 많았고, 연령은 31-40세가 (121명, 20.97%), 기혼(243명, 42.11%)이며 부부+자녀(2대가족) (264명, 45.75%)의 가족형태, 교육수준은 대학교 졸업(혹은 재학중) 322명 (55.81%), 직업은 학생이(221명, 38.30%) 월수입 없음 (156명, 27.04%)이 높은 비율을 보였다.

2) 급식산업에 대한 인지 및 이용실태 결과는, 급식산업의 개념에 대해 ‘통상적 개념의 외식이 포함된 음식산업’에 응답한 이용자는 43.33%로 가장 높았고, 상업적 급식(342명 59.27%)을 비상업적 급식보다 더 많이 이용하며 이용횟수는 ‘3-4회/주’(213명, 36.98%)이며 이용 중요 요소에는 맛 (330명 57.19%)이 가장 중요하다 하였고 급식산업에서의 식공간 연출과 푸드코디네이션의 필요성은 88% 이상의 응답자가 필요성을 인지하고 있는 것으로 나타났다.

3) 케이터링 이용실태 결과는, 이용했던 케이터링의 유형은 ‘결혼식 피로연 관련’(252명 43.67%)을, 서비스 제공업체로는 ‘출장 연회 업체’(233명, 40.38%)가, 이용 동기로는 ‘축하’ (371명, 64.30%)하기 위해, 케이터링의 제공 장소로는 ‘일반 뷔페’ (282명, 48.87%)에서, 1인당 가격은 ‘2-4 만원 정도’ (298명 51.65%)이고 참석 인원수는 ‘10-50명 정도’ (159명 27.56%), 서비스 시간은 ‘2-3시간 정도’ (295명 51.13%) 진행시간 ‘12-14시’ (289명 50.09%)에, 케이터링-스타일은 ‘뷔페 스타일’(431명, 74.70%)에 높은 응답률을 보여 현재 케이터링의 실태를 파악하였다.

4) 단체급식소의 이용실태 결과는, 유형은 ‘학교 구내식당’ (226명 39.52%)을, 운영업체는 ‘모르겠다’는 응답이 33%로 가장 높았고 이용 이유는 ‘가격이 저렴해서’ (221명 38.30%), 단체급식소 1인분 가격은 ‘2001-3000원’ (327명 56.67%), 참석 인원수는 ‘51-100명’(158명 27.38%), 배식부터 식사종료까

지 소요시간은 '21-30분 정도'(277명 48.10%)의 응답이 가장 높은 것으로 조사되었다.

2. 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질 측정항목 및 요인분석

1) 선행 연구와 연구자의 경험을 바탕으로 급식산업에 적합하다고 여겨지는 측정 항목 21개를 제시하고, 이에 대한 기대된 서비스 품질과 지각된 서비스 품질 간의 유의적 차이 검증과 중요도 및 기대도에 대한 상업성 여부(Catering, Foodservice organization)에 따른 유의적 차이를 조사하였다. 그 결과, 모두 유의적인 차이($p < 0.001$)가 있는 것으로 나타났다. 만족하는 정도보다 기대하는 정도가 높으며, 단체급식소 보다는 케이터링에서 식공간 연출과 푸드코디네이션이 더 중요하며 기대하는 것으로 나타났다.

2) 제시한 측정 항목 21개를 요인 분석한 결과, 아이겐 값 1이상의 6요인으로 축약되었고 Cronbach's alpha(α)-계수를 이용하여 신뢰도를 검증한 후 공간성(space), 쾌적·편의성(convenience), 조화성(harmony), 심미성(aesthetics), 메뉴(menu), 청결성(cleanliness)요인으로 명명하였다.

3. 일반적 특성 및 이용실태에 따른 지각된 서비스 품질 요인의 유의성 검증

1) 조사대상자의 일반적 특성에 따른 식공간 연출과 푸드코디네이션의 지각된 서비스 품질 요인에 유의적인 차이를 분산분석을 이용하여 검증하였다. 그 결과, 연령에 따라서 케이터링은 메뉴, 청결성 요인이 단체급식소는 공간성 요인에서, 결혼여부에 따라서 케이터링은 조화성 요인이 단체급식소는 공간성, 쾌적·편의성 요인에서, 가족형태에 따라서 케이터링은 심미성 요인에서 유의적 차이가 나타났고 교육수준에 따른 차이는 케이터링은 공간성, 심미성, 메뉴, 청결성 요인이 단체급식소는 공간성, 쾌적·편의성, 조화성, 메뉴 요인이, 직업에 따라서 케이터링은 쾌적·편의성, 조화성, 심미성, 청결성

요인이, 단체급식소는 공간성, 메뉴, 청결성 요인에서 유의적인 차이를 보였다. 이러한 유의적 차이를 보인 요인은 일반적 특성의 '20세 이하'의 응답자, 기혼자, '부모+부부'의 가족형태, '대학원 졸업(전반적 교육수준이 높을수록)', 직업은 케이터링의 '주부', 단체급식소의 '교육직' 응답자에서 비교적 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질에 대한 높은 만족도를 보였다.

2) 급식 산업의 이용 실태에 따른 식공간연출과 푸드코디네이션의 지각된 서비스 품질 요인의 유의적인 차이 검증을 위해 분산분석을 이용한 결과, 급식 산업의 개념에 따른 유의적 차이를 보인 요인은 케이터링에서 공간성 요인, 쾌적·편의성 요인 단체급식소는 메뉴 요인이, 운영 업체에 따라서는 케이터링은 조화성 요인에 단체급식소는 공간성, 쾌적·편의성, 조화성, 메뉴, 청결성 요인에서 유의적인 차이를 보였고 이용에 중요한 요소에 따라서는 단체급식소의 메뉴, 조화성, 심미성, 청결성 요인에, 식공간 연출과 푸드코디네이션의 필요성에 따라서는 케이터링은 공간성 요인에서만 유의적인 차이를 보였다. 이러한 유의적 차이가 나타난 요인에 대해 높은 만족도를 보인 응답자는, 급식산업의 인지 및 이용실태에서, 급식산업의 개념을 '통상적 외식이 포함된 음식산업'으로 제대로 인지하고 있고, '비상업적 급식'을 급식산업 운영업체 중 자주 이용하며 이용중요요소로서 '맛'을 중요시하였고, 급식산업에서 식공간 연출과 푸드코디네이션이 '필요하다'고 응답하는 경향을 보였다.

케이터링의 유형에 따라서는 심미성, 조화성, 청결성 요인이, 케이터링 서비스 제공업체에 따라서 모든 요인에서 유의적 차이가 나타났고 케이터링 서비스 제공 장소별로 공간성, 쾌적·편의성, 조화성, 심미성 요인에서 유의적 차이가 나타났고 1인당 가격에 따라 모든 요인에서 유의적 차이가 나타났다. 참석 인원수별 차이에서는 메뉴 요인만, 케이터링 서비스 소요시간에 따라서는 공간성, 조화성, 심미성, 청결성 요인에서 유의적 차이가 나타났고.

케이타링 스타일에 따라서는 쾌적·편의성, 조화성, 심미성 요인에서 유의적 차이가 나타났다. 이러한 유의적 차이가 나타난 요인에 대해 높은 만족도를 보인 응답자는, 케이타링의 이용실태에서, 케이타링 유형은 ‘런칭파티’, 제공업체 및 장소는 ‘호텔 케이타링’ 및 ‘호텔’을, ‘80000 만원 이상’, 서비스 제공시간은 ‘2시간 이상’, ‘뷔페 스타일’보다는 그 외의 스타일을 이용한 경우로 조사되었다.

단체급식소의 이용실태에 따른 요인 간 차이 분석에서는 단체급식소의 유형에 따라 심미성요인에서 ‘직영업체’ 응답자가, 메뉴, 청결성 요인에서 ‘위탁업체’ 응답자가 유의적으로 만족하는 정도가 낮았고 단체급식소 이용이유에 따라서는 쾌적·편의성 요인에서 ‘편리해서’의 응답자가 유의적으로 높은 수치의 만족도를 보였다

4. 식공간 연출과 푸드 코디네이션의 서비스 품질 평가 방법 비교

전반적인 만족도에 대한 서비스 품질의 평가 방법으로 SERVQUAL(서비스 품질=기대-성과)과 SERVPERF(서비스 품질=성과)를 이용하였고, 미치는 영향에 대해 회귀 분석을 이용하여 분석한 후 이를 비교하였다. 케이타링에 대한 SERVQUAL 방법은 유의적으로 쾌적·편의성 요인이 음의(-) 영향을, 심미성 요인은 양의(+) 영향을 전반적인 만족도에 미치는 것으로 평가되었고, SERVPERF방법은 공간성, 메뉴 요인이 전반적인 만족도에 긍정적인(+)의 영향을 미치는 것으로 평가되었다. 단체급식소에 대한 SERVQUAL 방법은 조화성요인이 부정적(-)영향을, SERVPERF 방법에선 공간성, 조화성, 메뉴, 청결성 요인이 유의수준에서 긍정적인(+)영향을 미치는 것으로 나타났다.

회귀분석에 대해 모형 적합도의 설명력을 나타내는 R-square는 SERVQUAL은 케이타링 0.0493, 단체급식소 0.0602, SERVPERF은 케이타링 0.1998, 단체급식소 0.2496으로 나타나, SERVPERF의 R-square가 더 높

은 수치를 보였기 때문에, 급식산업에서의 식공간 연출과 푸드코디네이션의 평가 방법으로 SERVPERF이 더 적절하다는 결과를 얻었다.

또한 SERVQUAL은 기대에 만족이 미치지 못할 경우 음(-)의 값이 나타나 지각된 값이 매우 낮은 경향을 보이며, 기대도에 대한 객관적 신뢰도의 문제로 인해 적절한 평가 방법으로 보기는 어렵다. 이와 같이 SERVQUAL은 부정적인 결과를 초래할 수 있으므로 기대도의 영향을 받지 않는 SERVPERF가 가장 타당한 품질 평가 방법이라고 할 수 있다.

5. 지각된 서비스 품질 요인, 고객만족, 재구매의도, 주위추천의도의 상관성과 영향력 검증

제시된 4가지(서비스 품질 요인, 고객만족, 재이용(방문)의도, 주위추천의도) 변수 간의 상관관계 분석은 모두 유의수준 $p < .001$ 에서 정(+)의 상호관련성이 있는 것으로 나타났다. 식공간 연출과 푸드코디네이션의 지각된 서비스 품질 요인이 고객만족에 미치는 영향에 대해 케이터링에서는 공간성, 메뉴 요인이, 단체급식소에서는 공간성, 조화성, 메뉴, 청결성 요인이 유의적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 서비스 품질 요인이 재구매 의도에 미치는 영향은 케이터링에서 쾌적·편의성, 메뉴 요인이, 단체급식소에서 공간성, 메뉴 요인이 유의적인 영향력을 보였고, 주위추천의도에 대한 영향으로는 케이터링은 쾌적·편의성, 메뉴 요인이, 단체급식소는 공간성, 메뉴, 청결성 요인이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만, 다중 회귀분석은 분석된 모든 요인 중 일부에서 유의성이 나타났다 하더라도 나머지 요인에 대해 전혀 영향력이 없다고는 할 수 없으므로, 모든 요인은 영향을 미친다고 해석할 수 있다. 즉, 지각된 식공간 연출과 푸드코디네이션의 모든 서비스 품질 요인은 고객 만족, 재구매의도, 주위추천 의도에 영향을 미친다고 할 수 있다.

고객만족이 재구매 의도에 미치는 영향과 고객만족이 주위추천 의도에 미치

는 영향은 케이터링과 단체급식소 모두에서, 상당히 유의적인($p < 0.001$) 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다.

이는 급식산업에서 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질 요인은 고객만족, 재구매의도, 주위추천 의도에 영향을 미치고 있으며, 서비스 품질 요인에 대해 고객이 만족하게 되면, 형성된 고객 만족은 다시 구매하려는 의도와 주위에 추천하려는 의도에 영향을 미친다는 경로를 증명하는 결과라 하겠다.

6. 급식산업에서 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질 평가를 위한 제언

1) 급식산업에서 식공간 연출과 푸드코디네이션의 측정 항목에 대한 기대된 품질과 지각된 품질 간에는 유의적 차이가 큰 것으로 조사되었다. 기대한 것만큼의 품질이 지각되지 않아 두 값의 차이가 심각하다는 것을 인지할 수 있었는데, 이는 향후 형성될 고객 만족에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 요소로서 급식산업에서 이러한 격차를 줄이기 위한 구체적 방안을 마련하는데 힘써야 하겠다.

2) 급식산업의 상업성 여부에 따라 식공간 연출과 푸드코디네이션 서비스 품질의 측정 항목에 대한 중요도와 기대도를 비교 분석해 본 결과 케이터링에 비해 단체급식소의 평가된 값이 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 단체급식소에서의 식공간 연출과 푸드코디네이션에 대한 정보 제공과 적용 방안에 대한 추가적인 연구가 필요하다 하겠다.

3) 식공간 연출과 푸드코디네이션은 속성상 그 시대의 트렌드나 유행 및 고객의 요구 변화에 의해 계속 발전 변화하고 있다. 이러한 속성을 반영하여 고객을 만족시키고 매출을 증진시킬 수 있는 마케팅 전략으로써의 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질에 대한 요인 개발이 필요하며, 또한

본 연구에서 서비스 품질 요인으로 제시하였던 공간성, 쾌적·편의성, 조화성, 심미성, 메뉴, 청결성은 부분적으로 영향력이 적은 요인도 나타났는데 이에 대한 원인을 밝히고 고객만족과 고객 소비 행동에 영향력이 큰 새로운 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질 요인 개발이 추가적으로 이루어져야 하겠다.

4) 급식산업에서 지각된 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질이 조사대상자의 일반적 특성 및 이용 실태와 나타내는 유의적 관련성을 분석하여 대상 고객의 특성과 실태를 파악하고 이에 적합한 차별화된 응대 전략을 개발하여야 하겠다. 또한, 지각된 서비스 품질 요인, 고객만족, 재구매의도, 주위추천의도 상호간에는 상호관련성이 크므로 특히, 서비스 산업에서는 관련성을 정확히 파악하여 보다 긍정적인 영향에 대한 적용 방안 연구가 이루어져야 하겠다.

<목 차>

논문 개요

제 1 장 서 론-----	1
제 1 절 연구 배경 및 문제 제기-----	1
제 2 절 연구 목적 -----	7
제 3 절 연구 방법 및 범위-----	9
제 2 장 이론적 배경-----	11
제 1 절 급식 산업-----	11
1. 급식 산업-----	11
2. 단체 급식-----	15
3. 외식 산업-----	15
제 2 절 식공간 연출 및 푸드코디네이션-----	19
1. 식공간 -----	19
2. 식공간 연출-----	21
3. 푸드코디네이션 -----	24
제 3 절 서비스 품질 및 품질 평가-----	29
1. 서비스 품질-----	29
2. 품질 평가 -----	31
제 4 절 고객만족 및 재구매의도, 주위추천의도-----	37
1. 고객 만족-----	37

2. 재구매 의도-----	42
3. 주위추천(구전)의도-----	43
제 3 장 연구 설계-----	45
제 1 절 연구 모형 및 가설 설정-----	45
1. 연구 모형-----	45
2. 연구 가설의 설정-----	47
3. 조작적 정의-----	50
제 2 절 조사 설계-----	55
1. 표본 설계-----	55
2. 자료 수집 -----	57
3. 조사 도구의 개발-----	59
제 3 절 통계 분석 방법-----	63
제 4 장 가설 검정 및 연구 결과-----	65
제 1 절 표본의 개요-----	65
1. 표본의 일반적 특성-----	65
제 2 절 가설 검정을 위한 예비 분석-----	68
1. 이용실태 -----	68
2. 요인분석-신뢰도, 타당도 검정-----	78
제 3 절 가설 검정-----	91
1) 가설 1의 검정-----	91
2) 가설 2의 검정-----	95
3) 가설 3의 검정-----	100

4) 가설 4의 검정-----	115
5) 가설 5의 검정-----	158
6) 가설 6의 검정-----	169
7) 중요도-성과도 분석 (IPA)그래프-----	187
제 4 절 검증 결과 요약 및 시사점-----	196
1. 결과 요약 -----	196
2. 시사점 및 향후 연구 방향 -----	200
제 5 장 결론 및 제언 -----	203
제 1 절 연구 결과의 요약-----	203
제 2 절 제언 및 한계점-----	210
참고문헌 -----	212
국내 문헌 -----	212
해외 문헌 -----	218

Abstract

설문지

<List of Tables>

Table 1	Meaning of foodservice industry-----	12
Table 2	Growth background of food service industry-----	17
Table 3	Comparison of SERVQUAL model & SERVPERF model-----	35
Table 4	Characteristics of SERVQUAL & SERVPERF-----	35
Table 5	Collection of sample data-----	58
Table 6	Organization of survey questionnaire-----	62
Table 7	Sample composition-----	67
Table 8	Cognition degree and Utilization actual conditions of foodservice industry -----	70
Table 9	Utilization actual conditions of Catering-----	74
Table 10	Utilization actual conditions of foodservice organization-----	77
Table 11	Factor analysis result-catering-----	81
Table 12	Factor analysis result- foodservice organization-----	83
Table 13	Verification result of Cronbach α -catering-----	87
Table 14	Verification result of Cronbach α -foodservice organization---	90
Table 15	Comparison of expectation and performance in catering-----	93
Table 16	Comparison of expectation and performance in foodservice organization-----	94
Table 17	Comparison of difference verification the importance between catering & foodservice organization-----	97
Table 18	Comparison of difference verification the general importance	

	between catering & foodservice organization-----	98
Table 19	Comparison of difference verification the expectation between catering & foodservice organization-----	99
Table 20	Probabilities of T-test between the evaluated performance of factors and gender-----	102
Table 21	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and age-----	103
Table 22	Probabilities of T-test between the evaluated performance of factors and married-----	105
Table 23	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and family form-----	109
Table 24	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and education level-----	111
Table 25	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and job-----	112
Table 26	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and monthly income-----	114
Table 27	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and foodservice industry meaning-catering-----	117
Table 28	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and foodservice industry meaning-foodservice organization-----	118
Table 29	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and operation form of foodservice industry-catering-	120
Table 30	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and operation form of foodservice industry-	

	foodservice organization-----	121
Table 31	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and Utilization number of times in foodservice industry -catering-----	123
Table 32	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and Utilization number of times in foodservice industry -foodservice organization-----	124
Table 33	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and important factor in foodservice industry catering	126
Table 34	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and important factor in foodservice industry -foodservice organization-----	127
Table 35	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and necessity of production in dining space and foodcoordination-catering-----	129
Table 36	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and necessity of production in dining space and foodcoordination-foodservice organization-----	130
Table 37	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and catering-type-----	133
Table 38	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and operation company in catering-----	134
Table 39	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and utilization reason in catering-----	138
Table 40	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and operation place in catering-----	139

Table 41	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and one person price in catering-----	140
Table 42	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and attendance number of persons in catering-----	141
Table 43	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and offered time of catering services-----	142
Table 44	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and open time of catering-----	145
Table 45	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and catering-style-----	146
Table 46	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and foodservice organization type-----	150
Table 47	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and operated form-----	151
Table 48	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and utilization reason of foodservice organization----	152
Table 49	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and the price one person in foodservice organization-	155
Table 50	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and attendant-number in foodservice organization---	156
Table 51	Probabilities of ANOVA between the evaluated performance of factors and using-time in foodservice organization-----	157
Table 52	Regression analysis between evaluated service quality factors by SERVQUAL and customer satisfaction in catering-----	163
Table 53	Regression analysis between evaluated service quality factors by SERVPERF and customer satisfaction in catering-----	164

Table 54	Regression analysis between evaluated service quality factors by SERVQUAL and customer satisfaction in foodservice organization-----	165
Table 55	Regression analysis between evaluated service quality factors by SERVPERF and customer satisfaction in foodservice organization-----	166
Table 56	Comparison of SERVQUAL & SERVPERF-----	168
Table 57	Correlation analysis between mean, standard deviation, and service quality factor in catering-----	170
Table 58	Correlation analysis between mean, standard deviation, and service quality factor in foodservice organization -----	171
Table 59	Regression analysis between service quality factors and customer satisfaction in catering-----	175
Table 60	Regression analysis between service quality factors and customer satisfaction in foodservice organization-----	176
Table 61	Regression analysis between service quality factors and repurchase intention in catering-----	178
Table 62	Regression analysis between service quality factors and repurchase intention in foodservice organization-----	179
Table 63	Regression analysis between service quality factors and surroundings recommendation intention in catering-----	181
Table 64	Regression analysis between service quality factors and surroundings recommendation intention in foodservice organization-----	182
Table 65	Regression analysis between customer satisfaction and repurchase intention in catering-----	184

Table 66	Regression analysis between customer satisfaction and repurchase intention in foodservice organization-----	184
Table 67	Regression analysis between customer satisfaction and surroundings recommendation intention in catering-----	186
Table 68	Regression analysis between customer satisfaction and surroundings recommendation intention in foodservice organization-----	186
Table 69	Marking Number of 21 Estimate items-----	188
Table 70	Catering quality evaluation based on the IPA-----	190
Table 71	foodservice Quality evaluation based on the IPA-----	195

<List of Figures>

Figure 1	The flow of study -----	10
Figure 2	Model of study-----	46
Figure 3	Importance-performance analysis about catering-----	191
Figure 4	Importance-performance analysis about foodserviceorganization	192

ABSTRACT

A Survey of Service Quality Evaluation and Satisfaction about Dining Space & Food-Coordination in the Foodservice Industry

Kim, Hyun Jin

Dept. of Food and Nutrition Science

The Graduate School

Sungshin Women's University

Since modern foodservice industry is situated in keen competition, new strategies are required for preparing competition power and distinguishing service from the others. At this point, it has been brought that producing proper dining space and pursuing esthetics dimension are required in foodservice industry.

Therefore this research has been proceeded to regard producing dining space & food-coordination as one of the service quality factors by using statistical analysis on a hypothesis and a real model.

New service quality factors were provided as a result of analyzing and investigating the characters of customers, customer's perceiving and affecting power on the services by a designed questionnaire. This

research has been proceeded to evaluate the qualities of services and to analyze the effects on the customer's satisfaction. Each of the 577 respondents who experienced in utilizing both catering and foodservice organization in the area of Seoul or KyonggiDo, were analyzed by using SAS version 9.1.

1. Service quality measure items and analysis factors of dining space & food-coordination

1) Twenty-one measuring items were provided. It was verified that all probabilities between the expectation and the performance in service quality of dining space & food-coordination by a T-test & ANOVA. It was also investigated if there is probable differences of importance and expectation degrees between the Catering and the foodservice organization [it was turned out that there is probable differences ($p < 0.001$)].

This research shows that the customer's degree of expectation is higher than that of performance and the catering customers expect more and attach greater importance to the dining space & food-coordination in both than foodservice organization customers do.

2) It was condensed to 6 significant items from provided 21 measuring items in the result of analyzing by (EFA: exploratory factor analysis). Those 6 significant common factors were named for harmony, cleanliness, convenience, space, menu, aesthetics of factor after confidence was verified using Cronbach's alpha coefficient.

2. Probability verification of demographic characteristics and actual utilization conditions according to the performance factor of the service quality.

1) It was verified by T-test and ANOVA if perceived and evaluated performance of service quality in dining space & food-coordination showed significant differences on the demographic characteristics of the respondents.

In the result, it showed that there are significant differences in menu factor and cleanliness factor on the catering, in space factor on the foodservice organization according to age; in harmony factor on catering, in space factor and convenience factor on foodservice organization according to the married or unmarried status; in aesthetics factor on the catering according to the family form; aesthetics factor, menu factor and cleanliness factor on the catering, in space factor, convenience factor, harmony factor and menu factor on foodservice organization according to education level-space; in harmony factor, in convenience factor, aesthetics factor and cleanliness factor on the catering, in space factor, menu factor and cleanliness factor on the foodservice organization according to the job.

Factors revealing significant differences showed higher satisfaction about the service quality of the dining space production and the food-coordination in the respondent group of 'Below 20 years old', 'married', 'family form of Parents+couple', 'Graduate school'(more educated), 'Housewife' on catering and of 'teacher' on foodservice

organization.

2) It was verified by T-test and ANOVA if perceived and evaluated performance of the services quality in the dining space & food-coordination showed significant differences on actual utilization conditions of the foodservice industry.

(1) In the result, it showed that there are significant differences in space factor and convenience factor on the catering, in menu factor on the foodservice organization according to meaning of the foodservice industry; in harmony factor on the catering, in space factor, convenience factor, harmony factor, menu factor and cleanliness factor on the foodservice organization according to the operation company; in menu factor, harmony factor, aesthetics factor and cleanliness factor on the foodservice organization according to utilization importance; aesthetics factor, menu factor and cleanliness factor on the catering, only in space factor on the catering according to the necessity of the dining space & food-coordination.

It shows that respondents who answered highly satisfied on those significant factors tend to regard the meaning of the foodservice industry as 'Food industry including eating-out industry', to utilize more often 'noncommercial foodservice' of the operation company, to attach great importance to 'Taste' as an utilization factor and to need dining space & food-coordination.

(2) In the second result, it showed that there are significant differences in aesthetics factor, harmony factor and cleanliness factor according to the type of catering; in every factors according to both catering services offer company and price per 1 person; in space

factor, convenience factor, harmony factor and aesthetics factor according to the service offer cost; in only menu factor according to the attendance count; in space factor, harmony factor, aesthetics factor and cleanliness factor according to the catering service time; in convenience factor, harmony factor and aesthetics factor according to the catering style.

It shows that respondents who answered highly satisfied on those significant factors utilized the catering type 'launching party' in utilization actual conditions of the catering, more often 'Hotel', more than' in offer company and place, 'more than 2 hours' in Service offer time, 'over 80000won in Service price and the other style than 'buffet style'.

(3) In ANOVA analysis on the actual utilization conditions of the foodservice organization, it shows that respondents who utilized 'Direct management', 'Commission management' were less satisfied on each aesthetics factor, on menu factor and cleanliness factor in type of foodservice organization, but they were more satisfied on 'Because is convenient' in utilization reason.

3. Comparison of the method of the Evaluating service quality dining space & food-coordination

To research how effective the service quality is on the general satisfaction, regression analysis and comparison was taken by using SERVQUAL(service quality=expectation-performance)and SERVPERF (service quality=performance) in evaluating the service quality factor

according to the general satisfaction.

As a result of SERVQUAL assessment, it shows that exert negative (-)effect on general satisfaction is indicated in convenience factor on the catering and in harmony factor on the foodservice organization, which means satisfaction doesn't get to expectation in those factors. On the other hand it also shows that exert affirmative (+) effect on general satisfaction is indicated in aesthetics factor on the catering.

As a result of SERVPERF assessment, it shows that exert affirmative (+)effect on general satisfaction is indicated space factor and menu factor on the catering and in space factor, harmony factor, menu factor, cleanliness factor on the foodservice organization.

Regarding the peculiarity of the Regression analysis, conclusion can not be confirmed generally that the only factors showed significant value are effective. So it should be concluded that all factors showing insignificant value are effective.

The result was found that SERVPERF is the proper assessment as the method of evaluating services quality of dining space & food-coordination in foodservice industry because SERVPERF's R-square, which indicates the degree of a proper analysis, is higher than SERVQUAL's.

4. Correlation analysis and regression analysis among the factors of service quality, customer satisfaction, re-purchase intention and recommendation intention

It was verified that both influence and Interrelationship of service

quality factor, customer satisfaction factor, re-purchase intention factor, recommendation intention factor according to the dining space & food-coordination in foodservice industry as the result of regression analysis and correlation analysis ($p < 0.001$).

In the result, it showed that perceived service-quality relating producing dining space & food-coordination is a significant effect on the customer's satisfaction in space factor and menu factor on the catering, in space factor, harmony factor, menu factor and cleanliness factor on the foodservice industry. Also it showed that the service-quality is significant effect on re-purchase intention in convenience factor and menu factor on the catering, in space factor and menu factor on the foodservice industry and on recommendation intention in convenience factor and menu factor on catering, in space factor, convenience factor and menu factor on the foodservice industry.

Regarding peculiarity of the Regression analysis, conclusion can not be confirmed generally that the only factors showed significant value are effective. So it should be concluded that all factors showing insignificant value are effective.

As the abstract, it could be concluded that customers have intention to repurchase and recommend to surrounding as more willingly as satisfied with service quality of dining space & food-coordination. Therefore this survey can provide one of the useful marketing operation in the foodservice industry in order to raise competition power and to improve food service for the customer's satisfaction.

설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 불구하고 설문에 응해 주셔서 깊이 감사드립니다.

저는 성신여자대학교 대학원 식품영양학과에서 급식 관리학을 전공으로 박사과정에서 연구 중인 김 현진입니다.

본 설문지는 “급식 산업에서 식공간 연출과 푸드코디네이션의 서비스 품질평가 및 만족에 관한 연구 (catering과 foodservice를 비교하여)”를 조사하기 위한 내용으로 정답이 있는 시험 문제가 아닙니다. 부담없이 자신의 생각이나 느낌을 응답해 주시면 됩니다.

귀하께서 작성해 주시는 설문 응답 내용은 익명으로 처리되며, 연구의 귀중한 자료가 될 것입니다. 또한 수집된 자료는 연구 목적으로만 사용될 것임을 약속드립니다.

본 연구에 성심껏 응답해 주셔서 다시 한 번 깊이 감사드리며 귀하의 건강과 행운을 기원합니다.

2009년 3월

성신여자대학교 대학원 식품영양학과
지도교수: 김 혜 영 교수
연구자: 박사과정 김 현 진

[Ⅱ~Ⅳ] 외식산업에 대한 질문 (p.3~5)

외식 산업 (Catering) : 상업성을 목적으로 운영되는 일반음식점 등을 말함. 그 중 식공간 연출과 푸드 코디네이션을 다양하게 표현할 수 있고 적용 효과가 직접적으로 나타나는 케이터링(catering)을 대상으로 선정. ex.출장연회

Ⅱ. 외식 산업(Catering: 출장연회)의 이용 실태에 관한 질문입니다.

귀하께서 최근 이용하신 케이터링을 업무에 두시고, 다음 각 문항에 해당하는 번호를 표시(√)하여 주십시오.

1. 최근 이용한 외식 산업(Catering: 출장연회)의 유형은?

- ① 결혼식 피로연관련 ② 전시회 행사 ③ 가족, 친지 모임
④ 회사, 학교 모임 ⑤ 런칭 파티 ⑥ 기타 (기재해 주십시오.)

2. 케이터링 서비스를 제공받은 업체는?

- ① 출장연회 업체 ② 파티, 이벤트업체 ③ 호텔
④ 알 수 없음 ⑤ 기타 (기재해 주십시오.)

3. 케이터링을 이용하게 된 이유?

- ① 사고 ② 축하 ③ 이벤트 ④ 업무 ⑤ 기타 (기재해 주십시오.)

4. 케이터링을 제공받은 장소는?

- ① 공공장소 ② 회사, 사업체 ③ 호텔 ④ 일반 뷔페
⑤ 학교 ⑥ 기타 (기재해 주십시오.)

5. 참석하신 케이터링 서비스의 1인당 가격은?

- ① 2만원 이하 ② 2만원-4만원 정도 ③ 4만원-6만원 정도 ④ 6만원-8만원 정도
⑤ 8만원 이상 ⑥ 모름

6. 케이터링에 함께 참석한(초대받은) 인원수는?

- ① 10명 미만 ② 10-50명 정도 ③ 51-100명 정도 ④ 101-200명 정도
⑤ 200명 초과

7. 케이터링이 서비스되었던 시간은?

- ① 2시간미만 ② 2-3시간 정도 ③ 3-4시간 정도 ④ 4시간 이상

8. 케이터링 행사가 진행되었던 시간대는?

- ① 12시 전 ② 12-14시 ③ 14-18시 ④ 18시-21시
⑤ 21시 후

9. 귀하가 서비스 받은 케이터링 스타일은?

- ① 정찬 스타일 (테이블에 앉아 웨이터가 음식을 서빙 하여 줌)
② 뷔페 스타일(자신이 직접 음식을 가져옴)
③ 리셉션 스타일(행사 가볍게 음식을 제공받음)
④ 핑거 푸드 스타일 (손으로 집어 먹을 수 있는 음식을 서서 먹음)
⑤ 모름

Ⅲ. 외식 산업(Catering: 출장연회)에서의 식공간 연출과 푸드코디네이션 서비스 품질의 중요도와 기대도, 만족도에 관한 질문입니다. 각 5점 척도에 해당하는 부분에 표시(√)하여 주십시오.

항목(측정변수)	중요도 (서비스 품질에서 인지되는 중요정도)					기대도 (이용 전의 기대 수준)					만족도 (이용 후 실제 만족정도)				
	전 혀 중 요 않 함	→	보 통	→	매 우 중 요	전 혀 기 대 안 함	→	보 통	→	매 우 기 대	매 우 불 만 족	→	보 통	→	매 우 만 족
5점 척도	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. 이용목적에 맞는 공간 선택															
2. 전체 시각적 인테리어 공간 연출															
3. 식사하기에 적합한 좌석공간 확보, 배치															
4. 공간 온도, 습도, 향기, 조명, 배경음악의 적합성															
5. 편안한 공간 분위기 연출															
6. 테이블·의자의 형태, 재질, 기능성															
7. 전체적인 식공간의 조화															
8. 테이블 장식품(센터피스, 네임텍* 등)의 조화															
9. 냅킨의 사용, 재질, 색채의 조화															
10. 식음료기 사용, 재질, 색채의 조화															
11. 커틀러리*의 사용, 재질, 색채의 조화															
12. 테이블 세팅과 음식의 조화															
13. 음식의 색채조화와 심미성															
14. 음식의 담음새, 모양, 가니쉬															
15. 음식의 적절한 양, 품질															
16. 계절 식품의 이용과 신선도															
17. 전체 메뉴의 조화와 다양성															
18. 적합한 메뉴 선택															
19. 식음료 기구의 청결 상태															
20. 테이블의 청결상태															
21. 종업원의 태도, 청결															

* 네임텍--참석자의 이름이 적힌 장식물

* 커틀러리-- 음식을 입으로 운반하는 도구로 나이프, 포크, 스푼, 수저 등을 말함

IV. 외식 산업(Catering: 출장연회)에서의 식공간 연출과 푸드코디네이션 서비스 품질의 요인과 전반적인 중요도, 만족도, 재이용 의도, 추천의도에 관한 질문입니다.

1. 식공간 연출과 푸드코디네이션의 요인(A-F) 중 케이팅에서 가장 중요하다고 생각되는 것부터 순서대로 기호를 나열해 주십시오.

A. 공간성 B. 쾌적·편의성 C. 심미성 D. 조화성 E. 메뉴 F. 청결성
(- - - - - -)

2. 외식산업(Catering: 출장연회)에 대해서 알맞은 번호를 표시(√)하여 주십시오.

항목 외식 산업(Catering: 출장연회)		전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
		1	2	3	4	5
1	식공간 연출과 푸드 코디네이션이 전반적으로 중요하다.					
2	식공간 연출과 푸드 코디네이션에 전반적으로 만족한다.					
3	본 답안을 작성하신 케이팅(출장연회)를 기회가 된다면 다시 이용하겠다.					
4	본 답안을 작성하신 케이팅(출장연회)를 타인에게 소개시켜 주겠다.					

※ 다음은 일반적인 사항에 관한 질문입니다. 귀하께 알맞은 번호에 표시(√)하여 주십시오.

1. 귀하의 성별은?
① 남성 ② 여성
2. 귀하의 연령은?
① 20세 이하 ② 21-30세 ③ 31-40세 ④ 41-50세 ⑤ 51-60세 ⑥ 61세 이상
3. 귀하의 결혼 여부는?
① 기혼 ② 미혼
4. 귀하의 가족 형태는?
① 혼자(싱글) ② 부부만(자녀 없음) ③ 부부+ 자녀(2대가족) ④ 부모님, 부부만
⑤ 부모님, 부부, 자녀 (3대가족) ⑥ 기타
5. 귀하의 교육수준은?
① 고졸이하 ② 전문대졸(혹은 재학중) ③ 대학졸(혹은 재학중) ④ 대학원졸(혹은 재학중)
6. 귀하의 직업은?
① 학생 ② 회사원 ③ 자영업 ④ 전문직 ⑤ 공무원 ⑥ 주부 ⑦ 교육직 ⑧ 기타
7. 귀하의 월수입은?
① 없음 ② 100만 원 이하 ③ 101-200만원 ④ 201-300만원 ⑤ 301-400만원
⑥ 401-500만원 ⑦ 500만원 초과

[V~VII] 단체급식산업에 대한 질문 (p.6~8)

단체급식 산업(Foodservice) : 조직의 구성원에게 음식을 제공하는 사업체, 대학교, 병원, 사회복지 시설 등을 단체급식소라 함. ex.구내식당

V. 단체급식 산업(Foodservice: 구내식당)의 이용 실태에 관한 질문입니다.

최근 귀하께서 자주 이용하시는 단체급식소를 염두에 두시고, 알맞은 곳에 표시(√)하여 주십시오.

1. 최근 이용한 단체급식 산업(Foodservice: 구내식당)의 유형은?

- ① 회사 구내식당 ② 병원 급식 ③ 학교구내식당
④ 공공기관 급식소 ⑤ 군대 급식 ⑥기타 (기재해 주십시오.)

2. (단체급식소) 서비스를 제공받은 업체는?

- ① 직영업체 (사업체에서 직접운영) ② 위탁업체(전문 업체에게 위탁운영)
③ 모르겠음 ④ 기타

3. (단체급식소)을 이용하게 된 이유는?

- ① 편리해서 ② 가격이 저렴해서 ③ 마땅히 다른 곳이 없어서 ④ 맛이 좋아서
⑤ 기타 (기재해 주십시오.)

4. 이용하신 (단체급식소)의 1인분 가격은?

- ① 2,000원 이하 ② 2,001-3,000원 정도 ③ 3,001-4,000원정도
④ 4,001-4,999원 정도 ⑤ 5,000원 이상

5. (단체급식소)에서 같이 식사를 제공받는 인원은?

- ① 50명 미만 ② 50-100명 정도 ③ 101-200명 정도
④ 201-500명 정도 ⑤ 500명 초과

6. 단체급식소를 이용(배식 후 테이블에 앉아 식사하는 시간)하는데 소요되는 시간은?

- ① 20분미만 ② 20-30분 정도 ③ 31-45분 정도 ④ 45분 초과
⑤ 기타 (기재해 주십시오.)

VI. 단체급식 산업(Foodservice: 구내식당)에서의 식공간 연출과 푸드코디네이션 서비스 품질에 대한 중요도와 기대도, 만족도에 관한 질문입니다. 각 5점 척도에 해당하는 부분에 표시(√)하여 주십시오.

항목(측정변수)	중요도 (서비스 품질에서 인지되는 중요정도)					기대도 (이용 전의 기대 수준)					만족도 (이용 후 실제 만족정도)				
	전 혀 중 요 안 함	→	보 통	→	매 우 중 요	전 혀 기 대 안 함	→	보 통	→	매 우 기 대	매 우 불 만 족	→	보 통	→	매 우 만 족
5점 척도	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. 이용목적에 맞는 공간 선택															
2. 전체 시각적 인테리어 공간 연출															
3. 식사하기에 적합한 좌석공간 확보, 배치															
4. 공간 온도, 습도, 향기, 조명, 배경음악의 적합성															
5. 편안한 공간 분위기 연출															
6. 테이블·의자의 형태, 재질, 기능성															
7. 전체적인 식공간의 조화															
8. 테이블 장식품(센터피스, 네임택* 등)의 조화															
9. 냅킨의 사용, 재질, 색채의 조화															
10. 식음료기 사용, 재질, 색채의 조화															
11. 커틀러리*의 사용, 재질, 색채의 조화															
12. 테이블 세팅과 음식의 조화															
13. 음식의 색채조화와 심미성															
14. 음식의 닭음새, 모양, 가니쉬															
15. 음식의 적절한 양, 품질															
16. 계절 식품의 이용과 신선도															
17. 전체 메뉴의 조화와 다양성															
18. 적합한 메뉴 선택															
19. 식음료 기구의 청결 상태															
20. 테이블의 청결상태															
21. 종업원의 태도, 청결															

* 네임택--참석자의 이름이 적힌 장식물

* 커틀러리-- 음식을 입으로 운반하는 도구로 나이프, 포크, 스푼, 수저 등을 말함

VII. 단체급식 산업(Foodservice: 구내식당)에서의 식공간 연출과 푸드 코디네이션 서비스 품질의 요인과 전반적인 중요도, 만족도, 재이용 의도, 추천의도에 관한 질문입니다.

1. 식공간 연출과 푸드코디네이션의 요인(A-F) 중 단체급식소에서 가장 중요하다고 생각되는 것부터 순서대로 기호를 나열해 주십시오.

A. 공간성 B. 쾌적·편의성 C. 심미성 D. 조화성 E. 메뉴 F. 청결성

(- - - - -)

2. 단체급식소에 대해서 알맞은 번호를 표시(√)하여 주십시오.

항목 단체급식소(Foodservice: 구내식당)		전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그 령 다	매 우 그 령 다
		1	2	3	4	5
1	식공간 연출과 푸드 코디네이션이 전반적으로 중요하다.					
2	식공간 연출과 푸드 코디네이션에 전반적으로 만족한다.					
3	본 답안을 작성하신 단체급식소를 기회가 된다면 다시 이용하겠다.					
4	본 답안을 작성하신 단체급식소를 타인에게 소개시켜 주겠다.					

※ 귀한 시간을 내주셔서 감사합니다.