경기지역 초등학교 급식 조리종사자의 서비스마인드가 고객지향성에 미치는 영향 분석

허한나 · 이해영^{1†}

상지대학교 교육대학원 영양교육전공 · ¹상지대학교 식품영양학과

The Effect of Employee Service Mind on Customer Orientation in Elementary School Foodservice

Han - Na Heu · Hae - Young Lee^{1†}

Dept. of Nutrition & Education, Sangji University, Wonju 220-702, Korea

¹Dept. of Food & Nutrition, Sangji University, Wonju 220-702, Korea

ABSTRACT

The purposes of this study were to measure the service mind and customer orientation of employees and to identify the effect of service mind on customer orientation in elementary school foodservices. The questionnaires were distributed to foodservice employees of the 19 elementary schools, but collected from 12 schools in Gwangju, Gyeonggi. The statistical data analysis was completed using SPSS (ver. 18.0) for the independent sample t-test, ANOVA, Cronbach's alpha, principal component analysis, hierarchical & K-means cluster analysis, Pearson's correlation analysis, and multiple regression analysis. Foodservice employees highly rated their service mind (3.94 out of 5 points), especially their perceptions on the importance of service (4.13 points). The effort to provide service was significantly different depending on the serving place ($P < 0.05$). Employees had a high level of customer orientation (4.02 points), which was significantly influenced by age, position, or career ($P < 0.05$), and cook license ($P < 0.01$). As a result of cluster analysis for service mind, employees were divided into two groups: a low-service mind group (cluster 1) and a high-service mind group (cluster 2). Cluster 2 had a significantly higher overall customer orientation than cluster 1 ($P < 0.001$). The pride in providing services ($\beta = 0.390$, $P < 0.01$) and the perception of the importance of services ($\beta = 0.297$, $P < 0.05$) showed a significant and positive effect on customer orientation.

Key words : school foodservice, foodservice employee, service mind, customer orientation

서론

This research was supported by Sangji University Research Fund, 2012.

본 논문은 석사학위 논문 중 일부를 재분석함.

접수일 : 2012년 12월 13일, 수정일 : (1차) 2012년 12월 31일,
(2차) 2013년 1월 9일, 채택일 : 2013년 1월 14일

[†] Corresponding author : Hae-Young Lee, Department of Food and Nutrition, Sangji University, 660 Woosan-dong, Wonju 220-702, Korea

Tel : 82-33-730-0492, Fax : 82-33-738-7740

E-mail : hy1317@sangji.ac.kr

서비스는 감성적인 노동이며 서비스 접점 직원들은 타인의 감정을 자극하고 움직이는 감성노동자이므로, 고객을 편하게 대하고 다양한 상황에 대처할 줄 알며 고객의 요구를 알아채고 나의 의사를 효과적으로 전달할 수 있는 대인관계 능력이 필요하다

(Schneider & Bowen 1995). 인적서비스는 접객 종사자의 서비스 능력, 외모, 기분, 고객의 기호와 물리적 환경 등 다양한 요인이 복합적으로 관계하면서 형성되기에, 서비스 상품은 주문에서 전달에 이르는 전과정에서 인적 서비스 자체가 그 상품의 가치를 증가시킬 수도, 감소시킬 수도 있다(Martin 1986). 종사자가 친절한 서비스를 제공하는 경우에 종사자를 선호하는 고객의 수가 증가하여 고객에게 만족감을 향상시킬 수 있으며, 고객의 만족을 결정짓는 서비스 제공 수준은 서비스 품질에 의해 좌우된다고 볼 수 있다(Swan 등 1985). 고객과의 접점에서 근무하는 직원이 갖추어야 하는 서비스마인드는 상대방의 입장에 서서 상대의 컨디션과 상태를 살피고 최상의 기분이 되도록 맞춰주고 배려해주는 것으로(Kim & Shin 2007), 고객에게 우수한 서비스를 창출하고 제공하기 위해 얼마나 적극적인가에 따라 서비스 지향성을 측정할 수 있다(Lytle 등 1998).

고객지향성은 직원과 고객의 상호작용 상황에서 고객의 욕구를 충족시키는 것으로 정의되며(Saxe & Weitz 1982), 고객접점 종업원이 고객대면 시 즉각적인 상품 판매를 위해 노력하기보다는 고객의 욕구를 파악하여 그에 맞는 구매를 돕고 결과적으로 고객이 만족을 느끼도록 하는 것이 고객지향적 행동이다(Kotler 2003). Lytle 등(1998)은 고객서비스가 고객과 직원간의 상호작용을 통해 전달되기 때문에 직원들의 고객지향적 태도와 행동이 서비스품질을 구성하고 고객만족에 큰 영향을 미친다고 주장하였으며, Cheong 등(2010)도 직원의 고객지향성이 서비스 품질에 영향을 미치게 됨을 실증하고, 서비스 품질이 고객만족 및 고객충성도를 측정할 수 있는 가장 핵심적인 요소라고 보고하였다. Peggei & Rosenthal(2001)은 고객만족을 통한 최대의 이윤창출을 달성하려는 서비스기업의 목표는 고객접점 종업원의 고객지향적 행동과 서비스의 질을 향상시키려는 노력에 크게 좌우된다고 논의하고 있다.

2008년 2월 말 기준으로 전국 초·중·고·특수 학교 11,106교에서 1일 평균 760만명의 학생에게 급

식을 제공하였으며, 급식인력으로 영양(교)사 8,798명, 조리사 9,098명, 조리원 57,372명의 총 75,268명이 배치되었다(교육과학기술부 2008). 학교급식에서도 배식을 포함한 급식 전과정에서 학생들과 조리종사자간 상호작용이 직·간접적으로 일어나고 있으며, 학생들에게 서비스를 제공하는 접점(moment of truth: MOT)에 위치하고 있는 조리종사자에게서 이뤄지고 있는 서비스접점마케팅이 중요하다. Yang & Park(2008)의 연구에서는 학교급식 품질 속성 중 음식의 맛, 배식원의 친절성 및 메뉴의 다양성이 전반적인 만족도에 미치는 영향이 큰 것으로 분석되어 이들 속성의 개선 시 학교급식에 대한 학생들의 전반적인 만족도 상승 폭이 클 것으로 예측하였으며, Park 등(2010)의 연구에서는 식당배식에서 학생들을 고객으로 인식하고 친절한 서비스를 하고자 하는 배식원 교육의 필요성이 강조되었다. 초등학교를 대상으로 조사한 Yoon 등(2005)의 연구에서는 급식 만족도 3개 요인 중 서비스 및 환경 만족도가 음식 만족도, 영양 및 위생 만족도에 비해 가장 낮게 조사되었으며, 전국 초중고생을 대상으로 급식만족도를 조사한 연구에서는 13개의 학교급식 품질 속성 중 배식원 친절이 2번째로 낮은 만족도를 보였으며 초등학교의 경우 가장 낮은 만족도를 보였는데(Park 등 2010), 교육과학기술부가 추진하고 있는 ‘학교급식 개선 종합대책’에서는 학교급식 배식요원 친절교육 및 급식환경 개선으로 급식 만족도 제고를 각급 학교에서 적극 추진하도록 제시하고 있어(교육과학기술부 2010) 정책 실행 결과가 주목된다.

이제까지 학교급식에서의 급식서비스에 대한 연구는 고객인 학생들을 대상으로 급식만족도를 측정한 연구들이 주를 이루고 있으며(Jang & Kim 2005; Kim 2005b; Yoon 등 2005; Kim & Jeong 2006; Ku 2007; Lee & Choi 2008; Park & Jang 2008; Yang & Park 2008; Chang & Park 2009; Yi 등 2009; Park 등 2010) 서비스 제공자인 학교급식 조리종사자 입장에서 접근한 연구는 급식 평가를 학생과 급식종사자의 양자 입장에서 비교한 연구(Mo 등 2005) 정도일

뿐 조리종사자의 서비스 마인드나 고객지향성 측면에서 접근한 연구는 미비한 것으로 보인다.

이에 본 연구에서는 초등학교 급식소 조리종사자를 대상으로 서비스마인드 및 고객지향성을 측정하고, 종사자 개인적 특성과 급식소 특성에 따른 서비스마인드 및 고객지향성 차이 분석을 실시하며, 고객지향성에 영향을 미치는 서비스마인드 속성을 도출하고자 하였다.

연구방법

1. 조사대상

경기도 광주 지역의 직영급식을 실시하는 초등학교 전수를 대상으로 하여 2008년 4월에 사전 협조를 얻어 영양(교)사를 통해 설문지를 배포한 후 조리종사자가 직접 작성하도록 하였다. 식당배식에서는 조리종사자가 학생들에게 직접 배식하므로 학생들과 직접 대면하는 시간이 교실배식보다는 상대적으로 많지만, 교실배식의 경우에도 음식을 교실까지 운반해주는 과정에서 학생들이 조리종사자와 만나는 기회가 있고 배식담당 학생의 경우 조리종사자와의 접촉이 잦게 되므로 조사대상에 식당배식과 교실배식 학교를 모두 포함하였다. 설문지를 배부한 19개교 중 12개교의 설문지를 회수하여 조리종사자 89명의 자료를 분석에 사용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

본 연구에서 사용한 서비스마인드 및 고객지향성 척도는 선행연구(Saxe & Weitz 1982; Martin 1986; Daniel & Darby 1997; Won 등 2002; Jun 2003; Henning-Thurau 2004; Kim 2005a; Goo 2007)를 근거로 하여 영양(교)사 및 조리종사자의 면담을 통해 학교급식 현장에 맞도록 재구성하였으며, 예비조사 결과를 반영하여 수정·보완된 후 본조사 설문 문

항으로 완성하였다. 설문지는 서비스마인드, 고객지향성 및 일반사항으로 구성되었는데, 서비스마인드는 ‘나는 학생에게 서비스를 제공하는 것이 중요하다고 생각한다’, ‘나는 학생을 위한 서비스를 제공하려고 노력한다’, ‘나는 학생에게 서비스를 제공하면서 자부심을 느낀다’의 3개 항목에 대해 Likert형 5점 척도(1: 전혀 그렇지 않음, 2: 그렇지 않은 편임, 3: 보통, 4: 그런 편임, 5: 매우 그러함)로 측정하였다. 고객지향성은 ‘나는 학생들에게 미소띤 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력한다’, ‘나는 학생들에게 친절하게 배식한다’, ‘내 용모와 옷차림은 늘 깨끗하다’, ‘학생이 급식에 대한 불만을 제기할 때 신속히 해결하기 위해 노력한다’, ‘추가 배식 받으러 온 학생에게 친절하게 배식한다’의 5개 항목에 대해 Likert형 5점 척도(1: 전혀 그렇지 않음, 2: 그렇지 않은 편임, 3: 보통, 4: 그런 편임, 5: 매우 그러함)로 측정하였으며, 일반사항은 연령, 직위, 근무경력, 조리사 자격증 소지 여부의 개인적 특성과 총식수, 배식장소의 급식소 특성으로 구성하였다.

3. 자료처리 방법

통계분석은 SPSS ver. 18.0을 이용하였으며, 조사대상자의 일반사항, 서비스마인드 및 고객지향성의 수준을 파악하기 위해 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였다. 조사대상자의 일반사항에 따른 서비스마인드 및 고객지향성 차이 분석은 독립표본 t검정과 분산분석을 실시하였고, 분산분석 결과에서 집단별 유의적인 차이를 보일 때에는 Tukey 다중비교법을 이용하여 사후검정하였다.

서비스마인드 및 고객지향성 속성에 대한 신뢰도 및 타당도 검증은 Cronbach's alpha 값 및 요인분석의 주성분분석을 이용하였고, 서비스마인드 5개 항목에 대해 계층적 군집분석(hierarchical clustering)을 실시하여 유효군집수를 결정하였다. 산출된 군집수를 이용하여 K-means 군집분석을 실시하여 결과의 안정성과 타당성을 확인하였다. 군집간의 서비스마

인드 및 고객지향성 비교를 위해 독립표본 t검증을 실시하였고, 서비스마인드가 고객지향성에 미치는 영향을 분석하기 위해 피어슨 상관분석 후 다중회귀분석을 실시하였다.

결 과

1. 조사대상자의 특성

조사대상 조리종사자의 일반사항은 Table 1과 같다. 개인적 특성으로 연령은 평균 42.0세였고, 직위는 무기계약직 조리원 64.4%, 계약직 조리원 28.7%, 무기계약직 조리장 4.6%, 정규직 조리사 2.2% 순이었다. 근무경력은 평균 47.1개월이었고, 조리사 자격증은 35.6%가 소지하고 있었다. 급식소 특성으로 총 식수는 평균 1,323식이었고, 배식장소는 교실배식 51.7%, 식당 및 교실배식 병행 37.1%, 식당배식

11.2% 순이었다.

2. 측정변수의 타당도 및 신뢰도 분석

서비스마인드와 고객지향성을 측정한 총 8문항에 대하여 타당도를 검증하기 위해 요인분석의 주성분 분석을 실시한 결과(Table 2), 2개의 요인이 추출되었고 누적 설명력은 69.014%이었으며, 요인 1은 서비스마인드에 포함되었던 3항목이, 요인 2는 고객지향성에 포함되었던 5항목이 포함되어 측정변수의 타당도가 확보되었다.

측정변수 신뢰도 검증을 실시한 결과, 항목 제거 시 alpha 계수가 상승되는 경우가 없으므로 5문항과 3문항 모두를 대상으로 각각의 Cronbach's alpha 계수를 산출하였고, 이 값이 각 0.860, 0.807로 0.6을 상회하여 항목간 내적 일치도가 확보되었다.

3. 조리종사자의 서비스마인드

조리종사자의 서비스마인드를 조사한 결과(Table 3), 전반적인 서비스마인드는 평균 3.94로 조리종사

Table 1. The general characteristics of foodservice employees.

Sort	Items	Mean±SD or N (valid %)
Personal characteristics	Age (years old)	42.0±4.4
	Position	
	Contract cook assistant	25 (28.7)
	Indefinite contract cook assistant	56 (64.4)
	Indefinite contract cook	4 (4.6)
	Regular cook	2 (2.2)
	No response	2 (-)
	Career (months)	47.1±31.2
	Cook license	
	Yes	31 (35.6)
Foodservice operational characteristics	No	56 (64.4)
	No response	2 (-)
	No. of meals	1323.3±649.3
	Serving place	
	Dining hall	10 (11.2)
	Classroom	46 (51.7)
	Dining hall+Classroom	33 (37.1)
Total		89

Table 2. Validity and reliability tests of service mind and customer orientation.

Variables	Service mind	Customer orientation
I think that it is important to provide services for students.	0.727	
I try to provide services for students.	0.742	
I feel proud to provide services for students.	0.799	
I try to make myself amiable to students with a smile.		0.709
I serve food to students kindly.		0.792
My appearance and my attire are always clean.		0.811
When students complain about foodservice, I try to resolve their complaints quickly.		0.872
I serve kindly additional food to students who want to eat more.		0.750
Variance % ¹⁾	30.972	38.043
Cronbach's alpha	0.860	0.807

¹⁾ Total variance %: 69.014%

Table 3. Service mind and customer orientation of foodservice employees by personal characteristics and foodservice operational characteristics.

Items	Total	Personal characteristics												
		Age (years old)			F-value	Position		Career (years)			Cook license			
		≤40	41~45	46≤		Contract	Indefinite contract	t-value	<4	4≤	t-value	Yes	No	t-value
Service mind														
I think that it is important to provide services for students	4.13±0.78 ¹⁾	4.07±0.91	4.09±0.57	4.35±0.88	0.934	4.24±0.60	4.10±0.85	0.727	4.14±0.63	4.15±0.88	-0.063	4.23±0.67	4.07±0.84	0.858
I try to provide services for students	3.92±0.75	3.90±0.80	3.79±0.64	4.20±0.83	1.882	4.00±0.71	3.90±0.79	0.565	3.86±0.71	3.98±0.79	-0.692	4.03±0.75	3.85±0.76	1.055
I feel proud to provide services for students	3.79±0.78	3.76±0.83	3.78±0.66	4.00±0.65	0.766	3.92±0.70	3.77±0.73	0.853	3.86±0.67	3.78±0.77	0.541	3.89±0.96	3.72±0.69	0.931
Overall service mind	3.94±0.65	3.91±0.73	3.89±0.52	4.18±0.64	1.570	4.05±0.60	3.92±0.66	0.855	3.96±0.60	3.97±0.66	-0.099	4.05±0.68	3.88±0.64	1.123
Customer orientation														
I try to make myself amiable to students with a smile	4.11±0.34 ¹⁾	4.07±0.52	4.15±0.50	4.20±0.62	0.396	4.16±0.55	4.12±0.53	0.305	4.14±0.59	4.13±0.49	0.087	4.32±0.54	4.00±0.51	2.695**
I serve food to students kindly	4.06±0.73	3.93±0.69	4.12±0.64	4.32±0.58	2.063	4.08±0.64	4.11±0.67	-0.159	4.08±0.68	4.11±0.63	-0.176	4.23±0.81	3.96±0.68	1.603
My appearance and my attire are always clean	3.75±0.70	3.70±0.70	3.74±0.75	3.85±0.67	0.276	3.48±0.77	3.84±0.67	-2.14*	3.54±0.73	3.90±0.66	-2.349*	3.81±0.70	3.70±0.72	0.640
When students complain about foodservice, I try to resolve their complaints quickly	3.97±0.64	3.90±0.49 ^a	3.88±0.64 ^a	4.30±0.66 ^b	3.616*	3.92±0.50	4.02±0.66	-0.668	3.89±0.52	4.06±0.67	-1.294	3.97±0.72	3.96±0.61	0.025
I serve kindly additional food to students who want to eat more	4.21±0.63	4.10±0.55 ^a	4.15±0.66 ^a	4.50±0.61 ^b	2.944*	4.16±0.55	4.24±0.66	-0.541	4.11±0.57	4.29±0.65	-1.387	4.19±0.70	4.19±0.59	0.059
Overall customer orientation	4.02±0.52	3.94±0.46	4.01±0.51	4.23±0.53	2.165	3.96±0.47	4.07±0.52	-0.884	3.95±0.48	4.10±0.51	-1.335	4.10±0.56	3.96±0.50	1.175

¹⁾ Mean±SD, Likert-type 5 point scale (1=strongly disagree, 5=strongly agree)

*p<0.05; **p<0.01

^{ab} Tukey multiple comparison

Table 3. Continued.

Items	Operational characteristics						
	No. of meals			Serving place			
	<1000	1000≤	t-value	Dining hall	Classroom	Dining hall+ Classroom	F-value
Service mind							
I think that it is important to provide services for students.	4.15±0.83 ¹⁾	4.11±0.73	0.260	4.10±0.88	4.20±0.77	4.03±0.77	0.478
I try to provide services for students.	3.78±0.83	4.04±0.66	-1.675	3.40±0.84 ^a	3.91±0.68 ^b	4.09±0.77 ^b	3.446*
I feel proud to provide services for students.	3.79±0.77	3.78±0.80	0.100	3.40±0.70	3.81±0.67	3.88±0.91	1.479
Overall service mind	3.90±0.68	3.98±0.63	-0.533	3.63±0.73	3.98±0.56	3.99±0.72	1.320
Customer orientation							
I try to make myself amiable to students with a smile.	4.10±0.55	4.13±0.54	-0.238	4.10±0.57	4.16±0.53	4.06±0.56	0.316
I serve food to students kindly.	4.03±0.67	4.09±0.78	-0.377	4.10±0.57	4.12±0.66	3.97±0.85	0.394
My appearance and my attire are always clean.	3.70±0.72	3.79±0.69	-0.575	3.30±0.82	3.80±0.67	3.82±0.68	2.372
When students complain about foodservice, I try to resolve their complaints quickly.	3.92±0.58	4.00±0.69	-0.552	3.78±0.67	3.98±0.55	4.00±0.75	0.436
I serve kindly additional food to students who want to eat more.	4.13±0.69	4.28±0.58	-1.118	4.10±0.57	4.20±0.59	4.24±0.71	0.192
Overall customer orientation	3.97±0.51	4.05±0.53	-0.728	3.88±0.53	4.05±0.46	4.02±0.59	0.457

¹⁾ Mean±SD, Likert-type 5 point scale (1=strongly disagree, 5=strongly agree)

*P<0.05

^{ab} Tukey multiple comparison

자 스스로 높게 평가하는 것으로 나타났다. 특히 급식에서 서비스 제공의 중요성을 인지하는 수준이 평균 4.13으로 가장 높았으며, 서비스 제공을 위한 노력(평균 3.92), 서비스 제공에 대한 자부심(평균 3.79) 순이었다.

조리종사자의 개인적 특성인 연령, 직위, 근무경력, 조리사 자격증 소지 여부에 따른 서비스마인드 차이를 비교한 결과(Table 3), 개인적 특성은 서비스마인드에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

급식소 특성에 따른 서비스마인드 차이 분석 결과(Table 3), 총식수에 따른 차이는 보이지 않았으나 배식장소에 따른 서비스 제공을 위한 노력에 유의적 차이를 보였다(P<0.05). 즉, 교실배식과 식당 및 교실배식 병행하는 급식소의 종사자가 식당배식을 하는 급식소의 종사자에 비해 서비스 제공을 위한 노력을 더 하는 것으로 분석되었다.

4. 조리종사자의 고객지향성

조리종사자의 고객지향성을 조사한 결과(Table 3), 전반적인 고객지향성은 평균 4.02로, 높은 수준의 고객지향적인 서비스 응대를 하고 있는 것으로 평가되었다. 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절하게 배식하고(평균 4.21) 학생들에게 미소핀 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력하는(평균 4.11) 것에 대해 특히 수행수준이 높았다.

조리종사자의 개인적 특성인 연령, 직위, 근무경력, 조리사 자격증 소지 여부에 따른 고객지향성 차이를 비교한 결과(Table 3), 46세 이상 조리종사자가 45세 이하 종사자에 비해 학생의 급식에 대한 불만 제기 시 신속히 해결하기 위한 노력(P<0.05) 및 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절한 배식(P<0.05)을 더 적극적으로 하고 있음을 알 수 있었다. 무기계약직 종사자가 계약직 종사자에 비해, 경력 4년 이상

종사자가 4년 미만 종사자에 비해 용모와 옷차림을 늘 깨끗하게 유지하고 있으며($P<0.05$), 조리사 자격증 소지자가 학생들에게 미소띤 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력하는 경향이 강한 것으로($P<0.01$) 분석되었다.

Figure 1. Comparison of service mind by cluster.

- ¹⁾ Cluster 1, Low service mind
Cluster 2, High service mind.
²⁾ S1, I think that it is important to provide services for students.
S2, I try to provide services for students.
S3, I feel proud to provide services for students.
S4, Overall service mind.
³⁾ Mean, Likert-type 5 point scale (1=strongly disagree, 5=strongly agree).
*** $P<0.001$

급식소 특성에 따른 고객지향성 차이 분석 결과 (Table 3), 총식수 및 배식장소에 따른 차이는 나타나지 않았다.

5. 서비스마인드에 따른 군집별 고객지향성 분석

1) 서비스마인드 변수를 이용한 군집분석

서비스마인드를 측정한 3개 변수를 이용하여 계층적 군집분석을 실시한 결과 군집수가 2개로 결정되었고, 이에 따라 K-means 군집분석을 실시하였다. 군집의 크기가 조사대상자의 세분화 기준으로 사용될 수 있을 만큼 크고 고루 분산되고, 군집간의 유사성 및 중복성이 최소화되도록 분류되었는지 검토한 후(Chaity 1992) 최종 2개 군집으로 확정하였다. 군집별 특성을 파악하기 위하여 군집간 서비스마인드 차이를 분석한 결과(Fig. 1), 서비스마인드 3개 변수 및 전반적인 서비스마인드 모두 군집 2에서 유의적으로 높은 값을 보여($P<0.001$) 군집 1(22.6%)은 ‘낮은 서비스마인드형’으로, 군집 2(77.4%)는 ‘높은 서비스마인드형’으로 명명하였다. 군집간 일반특성의 차이 분석 결과, 개인적 특성 및 급식소 특성 모두 군집간 차이를 보이지 않았다.

2) 서비스마인드 군집별 고객지향성 분석

서비스마인드에 따른 2개 군집의 고객지향성을 분석한 결과(Table 4), 학생들에게 미소띤 얼굴로 상

Table 4. Comparison of customer orientation by cluster.

Customer orientation	Cluster 1. Low service mind (N=19)	Cluster 2. High service mind (N=65)	t-value
I try to make myself amiable to students with a smile.	3.84±0.38 ¹⁾	4.20±0.57	-3.228**
I serve food to students kindly.	3.53±0.77	4.23±0.64	-4.053***
My appearance and my attire are always clean.	3.42±0.69	3.83±0.70	-2.256*
When students complain about foodservice, I try to resolve their complaints quickly.	3.42±0.69	4.14±0.53	-4.180***
I serve kindly additional food to students who want to eat more.	3.68±0.58	4.38±0.55	-4.817***
Overall customer orientation	3.58±0.42	4.16±0.48	-4.736***

¹⁾ Mean±SD. Likert-type 5 point scale (1=strongly disagree, 5=strongly agree)

* $P<0.05$; ** $P<0.01$; *** $P<0.001$

양하게 대하고자 노력하는 수준은 군집 1 3.84, 군집 2 4.20($P<0.01$), 학생들에게 친절하게 배식하는 수준은 군집 1 3.53, 군집 2 4.23($P<0.001$), 용모와 옷차림을 늘 깨끗하게 하는 수준은 군집 1 3.42, 군집 2 3.83($P<0.05$), 학생이 급식에 대한 불만을 제기할 때 신속히 해결하기 위해 노력하는 수준은 군집 1 3.42, 군집 2 4.14($P<0.001$), 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절하게 배식하는 수준은 군집 1 3.68, 군집 2 4.38($P<0.001$), 전반적인 고객지향성은 군집 1 3.58, 군집 2 4.16($P<0.001$)으로 유의적 차이를 보였다.

Table 5. Correlation analysis of service mind and customer orientation.

Variables ¹⁾	S1	S2	S3	S4
R1	0.411 ^{2)***}	0.369***	0.401***	0.464***
R2	0.491***	0.396***	0.586***	0.575***
R3	0.273*	0.270*	0.245*	0.309**
R4	0.457***	0.456***	0.499***	0.554***
R5	0.398***	0.428***	0.496***	0.517***
R6	0.503***	0.475**	0.552***	0.601***

¹⁾ S1, I think that it is important to provide services for students.
 S2, I try to provide services for students.
 S3, I feel proud to provide services for students.
 S4, Overall service mind.
 R1, I try to make myself amiable to students with a smile.
 R2, I serve food to students kindly.
 R3, My appearance and my attire are always clean.
 R4, When students complain about foodservice, I try to resolve their complaints quickly.
 R5, I serve kindly additional food to students who want to eat more.
 R6, Overall customer orientation

²⁾ correlation coefficient

* $P<0.05$; ** $P<0.01$; *** $P<0.001$

즉, 서비스마인드가 높은 조리종사자 집단에서 고객지향성도 높은 경향을 보이는 것으로 사료된다.

6. 고객지향성에 영향을 미치는 서비스마인드 속성 분석

서비스마인드와 고객지향성간의 관련성을 파악하기 위하여 상관관계분석을 실시한 결과(Table 5), 서비스마인드 3개 변수 및 전반적인 서비스마인드는 고객지향성 5개 변수 및 전반적인 고객지향성과 유의적인 정(+)의 관계가 있는 것으로 분석되었다($P<0.05$).

상관관계분석 결과를 토대로 고객지향성에 영향을 미치는 서비스마인드 속성을 분석한 결과(Table 6), 회귀모형에 대한 수정된 R^2 는 0.357이었고, F 는 16.355($P<0.001$)로 통계적으로 유의성이 확보되었다. 고객지향성에 영향을 미칠 것으로 예상되는 독립변수 3개 중 서비스 제공에 대한 자부심이 전반적인 고객지향성에 가장 강한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며($\beta=0.390$, $P<0.001$), 서비스 제공의 중요성 인지 또한 정(+)의 영향력을 보였다($\beta=0.297$, $P<0.05$). 하지만, 서비스 제공을 위한 노력은 전반적인 고객지향성에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

고 찰

본 연구에서 학교급식 조리종사자의 서비스마인

Table 6. Regression analysis of service mind on customer orientation.

Dependent variable	Independent variable	B	β	t-value
Overall customer-orientation	Constant	2.126		7.556***
	I think that it is important to provide services for students.	0.197	0.297	2.506*
	I try to provide services for students.	0.022	0.032	0.248
	I feel proud to provide services for students.	0.263	0.390	3.486**
	Regression model	$R^2=0.380$ Adjusted $R^2=0.357$ $F=16.355***$		

* $P<0.05$; ** $P<0.01$; *** $P<0.001$

드는 평균 3.94로 높은 편이었는데, 대부분의 고객은 서비스의 우수성보다는 종사자와의 관계에서 형성된 호의성이나 친밀성과 같은 요소 때문에 특정 서비스조직을 계속 이용하는 경향이 있다(Henning-Thurau 2004). 직원이 믿음직하고 솔직하며 능숙하고 고객지향적이며 호감이 가는 인상을 고객에게 줄 때 고객으로부터 신뢰를 얻게 된다(Swan 등 1985). 따라서 종사자의 높은 서비스마인드는 학교급식의 고객인 학생에게 신뢰를 줄 수 있으며 급식의 내부 고객인 조리종사자와 외부고객인 학생간의 관계를 돈독히 할 수 있다. 한편, 조리종사자의 개인적 특성은 서비스마인드에 유의적인 영향을 미치지 않았다. 대학급식소 종사자 대상 고객지향서비스 연구에서도 서비스를 위한 지식, 공손한 태도와 믿음과 자신감을 전달하는 능력, 회사가 고객에게 제공하는 관심과 개별적인 배려를 나타내는 서비스 품질은 종사자의 일반적 특성에 따라 유의적 차이를 보이지 않았다(Won 등 2002).

배식장소에 따라 서비스 제공을 위한 노력에 유의적인 차이를 보였는데($P < 0.05$), 식당배식이 교식배식 혹은 식당 및 교실배식 병행보다 낮은 수준으로 분석되었다. 식당배식의 경우 정해진 시간 내에 다수의 학생을 대상으로 신속히 대면배식하여야 하는 반면, 교실배식 혹은 병행배식은 조리종사자가 음식을 운반하는 역할을 주로 하며 학생과의 접촉시간이 짧기 때문에 서비스 제공을 위한 노력 수준에 차이를 보이는 것으로 사료된다. Park 등(2010)의 연구에서는 배식장소에 따라 조리종사자의 친절성에 대한 초등학생의 만족에 유의적 차이를 보이지 않았고 Ku(2007)의 연구에서도 배식장소에 따라 조리종사자의 서비스태도에 대한 초등학생의 만족도에서 유의적인 차이가 없었다. 선행연구 결과와 비교해 볼 때 학생들이 생각하는 조리종사자의 친절성이나 서비스태도와 조리종사자 스스로 평가하는 것 사이에는 괴리가 존재할 수 있을 것으로 사료되며, Lee 등(2005)의 연구에서 동일한 급식서비스를 인식하는데 있어 고객과 종사자간 괴리가 있음이

보고된 바 있다.

전반적인 고객지향성은 평균 4.02로 조사되어 높은 수준의 고객지향적인 서비스 응대를 하고 있는 것으로 평가되었으며, 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절하게 배식하고(평균 4.21) 학생들에게 미소띤 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력하는(평균 4.11) 것에 대해 특히 수행수준이 높았다. 대학급식소 종사자를 대상으로 한 Won 등(2002)의 연구에서는 고객지향서비스 수행수준이 3.75였으며, 프랜차이즈 패밀리레스토랑에 근무하는 종사자를 대상으로 한 Kim & Kim(2010)의 연구에서는 고객지향성이 평균 3.72, 호텔한식당 직원을 대상으로 한 Lee & Kim(2006)의 연구에서는 평균 3.99, 호텔종사원을 대상으로 한 Kim(2008)의 연구에서는 평균 3.86이었다. 연구마다 대상이 상이하고 측정항목에 차이가 있지만, 비교적 학교급식 종사자의 고객지향성이 높은 것으로 평가된다. 서비스종사자의 고객지향성은 고객과의 호의적인 관계를 구축하는데 중요한 역할을 하며(Donovan 등 2001), 높은 고객지향성을 가진 서비스 제공자는 고객만족을 증가시키기 위한 행동을 보이고, 이러한 행동은 고객과의 장기적 관계를 구축함으로써 양자 모두에게 이익을 주게 된다(Grönroos 1980). 대학급식이나 외식, 호텔의 경우 불특정 다수의 고객을 대상으로 한번에서 수차례의 부정기적인 서비스를 제공하는 반면, 학교급식은 특정 다수의 고객인 학생을 대상으로 매일 정기적인 서비스를 제공하기에 고객과의 잦은 접촉과 장기적인 관계 형성을 통해 자연스레 고객지향성이 높아지는 것으로 사료된다.

고객지향성 측정 문항 중 학생의 급식에 대한 불만 제기 시 신속히 해결하기 위한 노력 및 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절한 배식하는 것은 46세 이상의 종사자가 46세 미만의 종사자에 비해 수행수준이 유의적으로 높게 나타났다($P < 0.05$). Won 등(2002)의 연구에서도 연령이 높은 종사자가 고객지향서비스 요인 중 서비스 적시성에서 유의적으로 높은 결과를 보였다. 급식대상인 초등학생 혹은 그

시기를 거친 중학생 이상의 자녀를 둔 조리종사자들이 자녀를 대하는 마음으로 학생들이 제기한 문제나 요구를 해결하기 위해 노력하기에 나타난 결과로 사료된다.

용모와 옷차림을 깨끗하게 유지하는 것에서는 일반계약직보다 무기계약직에서, 근무경력이 4년 미만인 경우보다 4년 이상인 경우에서 유의적으로 높게 나타났으나($P < 0.05$), 다른 고객지향성 항목에서는 직위 및 근무경력에 따른 차이를 보이지 않았다. Kim(2008)의 연구에서 정규직 직원들이 비정규직 직원들보다 고객지향적 행동을 더 적극적으로 수행할 것이라는 가설이 기각되어 고용형태가 고객지향적 행동에 유의적인 영향을 미치지 않으며 오히려 직급과 근속년수 등의 인구통계 변수들에 따라 유의적 차이를 보인다고 보고하였다. 다른 연구들에서도 정규직과 비정규직간에 직무 태도 및 행동에 유의적인 차이가 없다고 보고된 바 있으며(Jackofsky & Peters 1987; Pearce 1993; Millward & Brewerton 1999) Kim & Hwang의 연구(2006)에서는 조직 내 절차공정성이 고객지향성에 유의적인 영향을 미치지 않았으며, 오히려 분배공정성이 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

조리사 자격증을 소지한 종사자가 학생들에게 미소민 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력하는 경향이 높았는데, Rho & Choi의 연구(2010)에서 조리사 자격증이 전문직업이고(45.5%) 조리시 도움이 되기에(39.8%) 필요하다고 생각하는 조리종사자가 다수인 점을 감안할 때 전문직업인으로서 근무하는 조리종사자가 학생대상 서비스에서도 친절한 서비스자세를 갖추고 있는 것으로 사료된다.

배식장소에 따른 고객지향성에 유의적 차이를 보이지 않았는데, Ku(2007)의 연구에서도 학생 불만에 대한 조리종사자의 신속한 처리에 있어 학생의 만족 수준이 배식장소에 따라 차이가 없는 것으로 보고되었다.

서비스마인드가 높은 군집에서 고객지향성이 높게 나타났으며($P < 0.05$), 서비스 제공에 대한 자부심

($\beta = 0.390$, $P < 0.01$) 및 서비스 제공의 중요성 인지($\beta = 0.297$, $P < 0.05$)가 고객지향성에 유의적인 정(+)의 영향력을 보였다. 선행연구에서 서비스마인드 형성, 서비스인으로서 자부심, 고객지향적 마인드 향상, 서비스업무의 중요성 및 가치 인식 등을 포함하는 서비스성향교육이 서비스종사자의 외모와 표정 관리, 고객에 대한 존중과 예의, 고객과 친근한 관계 유지 등을 포함하는 서비스과정지향과 고객의 불평·불만 해결능력, 서비스 지식 및 기술 등을 포함하는 서비스결과지향에 유의적인 영향을 미치며(Chung 2011), 서비스과정에서 발생하는 감정노동의 심층행위와 표면행위가 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고되었다(Kim & Kim 2010). 본 연구에서 조사한 서비스마인드와 고객지향성간의 관계에 대한 선행연구가 미비하여 직접적인 결과 비교에는 한계가 있지만, 학교급식 조리종사자의 높은 서비스마인드가 고객지향성을 유도하는 것으로 사료된다.

요약 및 결론

본 연구는 경기도 광주지역 초등학교 급식소 조리종사자를 대상으로 서비스마인드 및 고객지향성을 측정하고, 종사자 개인적 특성과 급식소 특성에 따른 서비스마인드 및 고객지향성 차이 분석을 실시하였으며, 고객지향성에 영향을 미치는 서비스마인드 속성을 도출하였는데, 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조리종사자의 전반적인 서비스마인드는 평균 3.94로 조리종사자 스스로 높게 평가하고 있었으며, 특히 급식에서 서비스 제공의 중요성을 인지하는 수준이 평균 4.13으로 가장 높았다. 조리종사자의 개인적 특성 및 총식수는 서비스마인드에 영향을 미치지 않았으나, 배식장소에 따라 서비스 제공을 위한 노력에 유의적 차이가 있는 것으로 나타났다($P < 0.05$).

2. 조리종사자의 전반적인 고객지향성은 평균 4.02로, 높은 수준의 고객지향적인 서비스 응대를 하고 있는 것으로 평가되었으며, 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절하게 배식하고(평균 4.21) 학생들에게 미소띤 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력하는(평균 4.11) 것에 대해 특히 수행수준이 높았다. 연령에 따라 학생의 급식에 대한 불만 제기 시 신속히 해결하기 위한 노력($P < 0.05$) 및 추가 배식 받으러 온 학생에게 친절한 배식($P < 0.05$)에서, 직위 및 근무경력에 따라 용모와 옷차림을 깨끗하게 유지하는 것($P < 0.05$)에서, 조리사 자격증 소지 여부에 따라 학생들에게 미소띤 얼굴로 상냥하게 대하고자 노력하는 것($P < 0.01$)에서 유의적 차이를 보였으나, 총식수 및 배식장소에 따른 차이는 나타나지 않았다.
3. 서비스마인드 변수를 이용한 군집분석 결과 군집수가 2개로 결정되었고, 군집 1에 비해 군집 2에서 서비스마인드 수준이 유의적으로 높게 나타나 군집 1(22.6%)을 ‘낮은 서비스마인드형’으로, 군집 2(77.4%)를 ‘높은 서비스마인드형’으로 명명하였다. 군집별 고객지향성 분석 결과, 군집 1보다 군집 2의 전반적인 고객지향성이 유의적으로 높게 나타났다($P < 0.001$).
4. 서비스마인드와 고객지향성간의 유의적인 정(+)의 상관관계를 보임에 따라 고객지향성에 영향을 미치는 서비스마인드 속성을 분석한 결과, 서비스 제공에 대한 자부심($\beta = 0.390, P < 0.01$) 및 서비스 제공의 중요성 인지($\beta = 0.297, P < 0.05$)가 고객지향성에 유의적인 정(+)의 영향력을 보였다.

이상의 결과를 종합해 보면, 학교급식 조리종사자는 본인의 서비스마인드와 고객지향성을 스스로 높게 평가하고 있으며 서비스마인드는 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 학교급식이 영리를 추구하는 외식과는 달리 단체급식의 성격을 가지며, 학교급식이 교육의 일환이라는 특성으로 인해 이제까지 간과해왔던 고객 접점에서의 서

비스의 중요성을 다시한번 상기하여 조리종사자 대상 서비스마인드 함양을 위한 교육과 훈련이 필요할 것으로 사료된다. 급식의 최종 소비자인 학생이 급식서비스를 받는 고객이기때 고객지향적 마인드를 갖고 급식을 제공하고 일련의 서비스를 제공하는 것 또한 중요하다.

본 연구는 경기도 광주 지역의 초등학교 중 직영 급식을 실시하는 모든 학교를 대상으로 설문조사를 실시하였으나 표본이 적다는 한계점을 갖고 있으며, 또한 특정 지역에 국한되어 있기에 우리나라 학교급식 조리종사자의 서비스마인드와 고객지향성 수준을 대표한다고 일반화하기에는 무리가 따른다. 교실배식 학교에서도 조리종사자와 학생의 대면이 이뤄지지 않는 것은 아니기에 본 연구의 조사대상에 포함하였고, 본 연구의 분석 결과에서도 교실배식과 식당배식간 서비스마인드와 고객지향성에 유의적 차이를 보이지 않았으나, 본 연구가 조리종사자의 서비스 마인드와 고객지향성 측면에서 접근하였기에 향후 연구에서는 고객 접점이 많이 발생하는 식당배식 학교로 표본을 제한하여 연구해 볼 필요성이 제기된다. 또한 서비스 제공의 측면이 강조된다 보면 조리종사자의 직무만족이나 조직몰입과 같은 직무 측면에서의 문제점이 야기될 수 있으므로 향후 연구에서는 단체급식보다 서비스가 강조되고 있는 외식 분야에서 활발히 보고되고 있는 조리종사자의 직무만족과 고객지향성간의 관계를 분석하는 연구가 진행됨으로써 인적자원관리와 마케팅의 종합적 접근이 필요할 것으로 사료된다.

참고문헌

- 교육과학기술부 (2008): 2007년도 학교급식 실시현황. 교육과학기술부. 서울. Available from: <http://www.mest.go.kr/web/1111/ko/board/view.do?bbsId=150&boardSeq=10882>. Accessed December 30, 2012
- 교육과학기술부 (2010): 2010년도 학교보건·기본방향. 교육과학기술부. 서울. pp.42

- Chaib SI (1992): Systematic analysis of Korean life style. *J Consum Stud* 3(1):46-63
- Chang HS, Park HJ (2009): A study of elementary students' satisfaction in school food service and their dietary behaviors in Gunsan city. *Korean J Human Ecology* 18(2): 477-489
- Cheong KJ, Choi SJ, Ko EB (2010): The effects of customer service representatives' emotional intelligence on customer orientation and service quality in customer centers. *DAEHAN J Business* 23(4):1759-1781
- Chung MJ (2011): A study on the effects of service training on self-efficacy and service orientation: Centering on students of department of airline service. *J Korea Navigation Institute* 15(6):1082-1097
- Daniel K, Darby DN (1997): A dual perspective of customer orientation: a modification, extension and application of the SOCO scale. *International J Service Industry Management* 8(2):131-147
- Donovan DT, Brown TJ, Mowen JC (2001): The consequences of service worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and performance. Working paper. Kansas State University. pp.19
- Goo JD (2007): The effects of internal marketing level on customer orientation and service delivery level. *Korean J Tourism Research* 22(3):125-141
- Grönroos C (1980): Designing a long-range marketing strategy for services. *Long Range Planning* 13(2):36-42
- Henning-Thurau T (2004): Customer orientation of service employees: Its impact on customer satisfaction, commitment and retention. *International J Service Industry Management* 15(5):460-478
- Jackofsky EF, Peters LH (1987): Part-time versus full-time employment status differences: A replication and extension. *J Occupational Behaviour* 8(1):1-9
- Jang HR, Kim HY (2005): Survey on the satisfaction degree for school lunch program of elementary school students in Yongin. *Korean J Food & Nutr* 18(2):155-160
- Jun JK (2003): The relationships between job satisfaction, organizational commitment and customer orientation among family-restaurant employees. *J Foodservice Management* 6(3):127-146
- Kim EM, Jeong MK (2006): The survey of children's and their parents' satisfaction for school lunch program in elementary school. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 35(6):809-814
- Kim SH (2005a): Differences of the employee perception of organizational justice, organizational effectiveness and customer orientation in food service industry. *J Hospitality and Tourism Studies* 19:21-41
- Kim SH (2005b): The study on elementary school students' satisfaction level and preference level on school lunch: The comparison between schools of the city type and the country type. Master degree thesis. Yeungnam University.
- Kim SH, Hwang SY (2006): The influence of the employee perception of organizational justices on organizational effectiveness and customer orientation in family restaurants. *J Foodservice Management* 9(4):165-184
- Kim SI, Shin JK (2007): A study on the kindness service mind. *J Tourism Information* 25:99-122
- Kim SR, Kim G (2010): Relations among emotional labor, burnout and customer orientation of employee in food service industry. *Tourism Research J* 24(1):119-136
- Kim YJ (2008): The effects of employment status on the organizational citizenship behavior and customer orientation of the hotel employees. *Korean Management Review* 37(4): 839-871
- Kotler P (2003): *Marketing Management*. 11th ed. Prentice Hall. NJ. pp.196
- Ku BH (2007): The elementary school lunch satisfaction investigation which follows in school lunch place (in Yongin area center). Master degree thesis. Kyonggi University.
- Lee AJ, Kim SH (2006): The influence of the employee perception of education training on the job satisfaction organizational commitment and customer orientation in Korean restaurants of hotels. *Korean J Hotel Administration* 15(5): 119-135
- Lee GY, Choi W (2008): A study on the consumer preference and satisfaction of the elementary school students for school feedings. *Hotel Resort Research* 7(1):93-106
- Lee HY, Chang SH, Yang IS (2005): A gap analysis between inpatients' and personnel's perception of hospital foodservice quality. *Korean J Community Nutr* 10(6):943-951
- Lytle RS, Hom PW, Mokwa MP (1998): SERV*OR: A managerial measure of organizational service-orientation. *J Retailing* 74(4):455-489
- Martin WB (1986): Defining what quality service is for you. *Cornell H.R.A. Quarterly* 26(4):32-38
- Millward LJ, Brewerton PM (1999): Contractors and their psychological contracts. *British Journal of Management* 10(3):

253-274

- Mo SJ, Suh JS, Lyu ES (2005): An the evaluation of the perception of students and employees for foodservice characteristics of in high schools in the Busan area. *Korean Society of Food & Cookery Science* 21(2):250-262
- Park KJ, Jang MR (2008) Survey on satisfaction of fifth and sixth grade students from elementary school foodservice in Won-ju. *J Korean Diet Assoc* 14(1):13-22
- Park MK, Yang IS, Yi BS, Kim YS (2010): Analysis of the quality attributes and the customer satisfaction in school foodservice by school type and distribution place. *Korean Diet Assoc* 16(2):83-99
- Pearce JL (1993): Toward an organizational behavior of contract laborers: Their psychological involvement and effects on employee co-workers. *Academy of Management J* 36(5): 1082-1096
- Peggei R, Rosenthal P (2001): Delivering customer-orientation behavior through empowerment: An empirical test of HRM assumption. *J Management Studies* 38(6):831-857
- Rho JO, Choi SA (2010): The working conditions and job satisfaction of the school cafeteria employees according to their employment type in Chonbuk, South Korea. *Korean J Human Ecology* 19(4):733-744
- Saxe R, Weitz A (1982): The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *J Marketing Research* 19(3):343-351
- Schneider BS, Bowen DE (1995): *Winning the service game*. Havard Business Press. Boston. pp.52
- Swan JE, Trawick IF, Silva DW (1985): How industrial salesperson gain customer trust. *Industrial Marketing Management* 14(3):203-211
- Won S, Park H, Chang Y (2002): Job satisfaction and customer-oriented service performance of university foodservice employees. *J Korean Diet Assoc* 8(4):359-371
- Yang IS, Park MK (2008): Identifying the quality attributes affecting customer satisfaction of school foodservice by city and province: students, parents, and faculty. *J Korean Diet Assoc* 14(3):302-318
- Yi BS, Yang IS, Park MK (2009): Annual analysis on quality attributes and customer satisfaction in school foodservice. *Korean J Nutr* 42(8):770-783
- Yoon J, Choo YJ, Chung SJ, Ryu SH (2005): Satisfaction of elementary students eating school lunch; association with level of involvement in school lunch service. *Korean J Community Nutr* 10(5):668-676